



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kandidatuppsats, 15 Hp

Medie- och kommunikationsvetenskap

Kommunikatören: en svårlegitimerad expert

En studie om kommunikatörens yrkesfält och yrkesroll.



Författare: Sofie Hansson
Handledare: Håkan Sandström
Examinator: Dino Viscovi
Termin: VT15
Ämne: Medie- och
kommunikationsvetenskap
Nivå: G3-nivå

Abstrakt

Studiens syfte är att undersöka hur kommunikatörens yrkesfält och yrkesroll tar sig uttryck genom kommunikationschefers konstruktion av detta fält, denna roll och möjliga faktorer som inverkar på dessa. Undersökningen präglas av en konstruktivistisk ståndpunkt och är baserad på sju semistrukturerade intervjuer med yrkesverksamma kommunikationschefer. Empirin har behandlats med hjälp av teoretiska verktyg som fältteorin (Broady 1991) och expertsamhället (Alexius et. al 2012).

Studiens resultat visar att kommunikatören vinner allt mer gehör i organisationen för sin breda kommunikationsexpertis. Trots detta har kommunikatören svårt att befästa sin roll och vinna legitimitet i organisationen; kommunikatören och organisationens medarbetare framstår i vissa fall tilldela rollen olika betydelse. Det finns tro på en professionalisering av yrkesfältet, samtidigt kräver den flerdimensionella verksamheten kompetenser från flera olika yrkesfält. Exempelvis det journalistiska yrkesfältet, vilket konvergerar allt mer med kommunikatörens fält. Detta medför svårigheter för att kunna uttala sig om ett enat yrkesfält och en möjlig professionalisering. Utifrån det senmoderna samhällets villkor framstår det mer relevant att se kommunikatören utifrån begreppet expert, vilket talar för en värdefull men bred expertis inom ett specifikt kunskapsområde.

Nyckelord

professionalisering; sociala fält; kommunikatör; journalist; konvergens; det senmoderna samhället; expertsamhället

Tack

Tack till min handledare Håkan Sandström, som bidragit till denna studie genom sitt vida kunnande och intresse för kommunikätörens yrkesroll.

Ett stort tack till studiens intervjupersoner, de kommunikationschefer som har ställt upp på att delta genom intervjuer i min kandidatuppsats.

Tack till mina vänner och min familj som bidragit till mitt arbete genom korrekturläsning, goda råd och inte minst uppmuntran.

Innehåll

1 Inledning	1
1.1 Inledning	1
1.2 Problemformulering	2
1.3 Studiens syfte	2
1.4 Forskningsfrågor och tillhörande underfrågor	3
1.5 Studiens disposition	3
2 Framväxten och etableringen av yrkesrollen kommunikator	4
2.1 Utvecklingen av yrkesfältet i Sverige	4
2.2 Kommunikatören i organisationen	4
2.3 Yrket utifrån ett professionsperspektiv	5
2.4 Journalistens historia som kommunikator	5
2.5 Dagens medielandskap - journalistens arbetsplats	5
2.6 Var tar journalisterna vägen istället?	6
2.7 Journalisten som kommunikator och varför det kan uppfattas problematiskt	7
2.8 Konklusion av tidigare forskning	7
3 Kommunikatören ur skenet av det senmoderna samhället	8
3.1 Det senmoderna samhället	8
3.2 Expertsamhället och experter inom yrkesfält	9
3.3 Professionalisering	9
3.4 Fältteorin	10
3.5 Den meningsskapande processen	10
3.6 Konvergensbegreppet	11
3.7 Konklusion av teoretisk ram	11
4 En kvalitativ intervjustudie med kommunikationschefer	12
4.1 Metod	12
4.1.1 <i>Forskningsstrategi</i>	12
4.1.2 <i>Intervju som insamlingsinstrument</i>	12
4.1.3 <i>Intervjuteknik</i>	12
4.2 Urval av material	13
4.2.1 <i>Ett ledarskapsperspektiv</i>	13
4.2.2 <i>Val av organisationer: kommuner</i>	13
4.2.3 <i>Urvalsprocessen</i>	14
4.3 Insamling av empiri	15
4.3.1 <i>Intervjuguide</i>	15
4.3.2 <i>Förberedelse och genomförande av intervju</i>	15
4.4 Analys av empiriskt material	16
4.5 Metodkritik	16
4.5.1 <i>Forskningsstrategi</i>	16
4.5.2 <i>Val av insamlingsmetod</i>	17
4.5.3 <i>Avgränsningar</i>	17
4.5.4 <i>Urval</i>	18
4.6 Undersökningens kvalitet	18
4.6.1 <i>Det empiriska underlaget</i>	18

4.6.2 Val av insamlingsmetod	19
4.6.3 Etisk diskussion	19
5 Resultat & analys	21
5.1 Det stöttande uppdraget	21
5.1.1 "Man ska akta sig för att säga att kommunikation ägs av kommunikation"	21
5.1.2 Kommunikation, inte information	22
5.2 Kommunikatören som strateg och ledningsfunktion	24
5.3 Organisationens betydelse för kommunikatörens arbete och yrkesroll	26
5.3.1 Strategier för att hantera omgivningens uppfattning om yrkesrollen	26
5.3.2 "Det beror väldigt mycket på den enskilda chefen och vilken kultur han eller hon sätter"	28
5.3.3 "(...) Man har helt olika förväntningar om vad yrket går ut på"	29
5.4 Yrkesfältets sammansättning	30
5.4.1 Två perspektiv på före detta journalister som kommunikatörer	30
5.4.2 "Jag tror att blandning är det bästa"	32
5.5 Pressfunktionen - konkretiseringen av fältens konvergens	34
5.6 Flexibilitet - underlättande eller hindrande?	36
5.7 En gång journalist alltid journalist?	37
5.8 Ambitionen att professionaliseras	38
6 Sammanfattning av resultat & analys	40
7 Resultatdiskussion	42
8 Referenslista	46
Bilagor	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Bilaga A Urvalsram: Tabell kommungruppsindelning	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Bilaga B Intervjuguide	III

1 Inledning

1.1 Inledning

Denna studies huvudperson är kommunikátören, en yrkesroll som gjort en rejäl resa de senaste 50 åren och som idag ses som en given yrkesaktör inom de allra flesta större organisationerna, med sitt kommunikativa perspektiv på organisationens verksamheter som nyckelkompetens. Studien syftar till att undersöka hur kommunikátörens verksamhet gestaltas idag utifrån kommunikationschefers perspektiv, men även att ge en inblick i hur vi kan förvänta oss att kommunikátörens yrkesfält kommer att se ut imorgon. Huvudvikten i studien ligger vidare på de förutsättningar som kommunikátörens yrkesfält och yrkesroll utvecklas utifrån, vad det egentligen är som kännetecknar yrkesfältet idag samt om det är möjligt att tala om en professionalisering av yrkesfältet.

Utifrån kontexten det senmoderna samhället är kommunikátören en viktig tillgång för organisationer. Detta är ett sammanhang där människor utsätts för många möjligheter men själva måste avgöra vilka val som är bäst och där tillit från omvärlden är organisationers viktigaste kapital. Detta skapar ett stort behov av kommunikátören som en relations- och kommunikationsexpert. (Giddens 1991, s. 80; Nohrstedt 2000, s. 188; Falkheimer 2002 s, 27)

Yrkets ökade grad av specialisering de senaste årtiondena har medfört en önskan efter ökad status och att kunna urskilja sig från närliggande områden, det vill säga att professionaliseras. (Larsson 2005, s. 32; Falkheimer & Heide 2007, s. 26-27) Och fältet har tagit steg i en ny riktning: Yrkesrollen har gått från att endast innefatta pressfrågor till att idag vara en självklar stöd- och/eller ledningsfunktion i de flesta verksamheter. Professionaliseringen som jagats under en lång tid kanske kan påskyndas av det senmoderna samhällets förutsättningar, även om yrkesfältet troligtvis aldrig kommer uppnå statusen av profession sett i traditionella mått (Falkheimer & Heide 2014, s. 11).

Samtidigt strävar kommunikátören fortfarande gentemot en diffus uppfattning av yrket, som huvudsakligen kopplas till en operativ och producerande verksamhet, som finns i vissa verksamheter. Falkheimer och Heide (2007, s. 25) menar att dilemmat är vanligt förekommande för yrkesverksamma kommunikátörer och kan knytas till att kommunikátörens insatser sällan kan visa på konkreta och direkta effekter, vilket gör nyttan av insatserna otydlig och omätbar. Detta gör det svårt för kommunikátören att hävda sin betydelse för organisationen, eftersom organisationen värdesätter konkreta bidrag till organisationens utveckling. Samma författare menar att det därtill finns en utbredd föreställning om kommunikationsverksamhet som ett hantverk snarare än strategisk verksamhet, vilket ytterligare förklarar uppfattningen av kommunikátören som en producent snarare än strateg. (ibid, s. 26)

Inom kommunikátörens fält ryms också en annan yrkesaktör, journalisten, som traditionellt sett hör till det närliggande journalistiska fältet. Förhållandet mellan fälten har gått från integrering, då de första kommunikátörerna var journalister, till att vara

divergerade, då parterna anses ha helt olika syften med sina yrken och ska tjäna olika agendor (Koch & Obermaier, 2014, s. 2).

Då dagens senmoderna samhälle kan ses som gynnsamt för kommunikatörer, gäller det motsatta inom journalistens yrkesfält. Mediebranschens strukturella problem har bidragit till ekonomiska problem för redaktioner vilket i sin tur drabbar den enskilde journalisten.

Det största enskilda yrkesområdet som journalister tar jobb inom istället är just inom PR och kommunikation. (Nygren 2010, s. 36) Det kan därför vara så att journalister tar plats i organisationer som de tidigare har granskat kritiskt. Detta exemplifierar att gränsen mellan journalister och kommunikatörer blir mindre tydlig och att konvergensen mellan yrkesrollerna är ett faktum (Nord & Strömbäck 2012, s.167).

1.2 Preciserad problemformulering

Ambition med denna studie är att undersöka kommunikatörens yrkesfält och yrkesroll utifrån kontexten det senmoderna samhället och expertsamhället. Kommunikatören kan uppfattas som en yrkesroll som rymmer flera olika områden och kompetenser, vilket kan göra den svårdefinierad. Trots detta är min ambition att undersöka vad som utgör och enar yrkesgruppen idag, men även att titta närmare på förhållandet mellan yrkesfältet och det närliggande yrkesfältet journalistik med betoning på konvergerande yrkesfält.

1.3 Studiens syfte

Syftet med denna studie är att undersöka och problematisera hur kommunikatörens yrkesfält och yrkesroll tar sig uttryck genom kommunikationschefers konstruktion av detta fält, denna roll och möjliga faktorer som inverkar på dessa. Mer precist är ambitionen att problematisera hur kommunikationschefer skapar mening av yrkesfältet och rollen utifrån temana: bilden av kommunikatören, systematiseringen och organiseringen av kommunikatörens verksamhet, kommunikatörens yrkes- och utbildningsbakgrund samt före detta journalister som kommunikatörer.

1.4 Forskningsfrågor och underfrågor

Nedan presenteras studiens forskningsfrågor med tillhörande underfrågor.

1. Hur framställs kommunikatörens yrkesfält idag utifrån kommunikationschefers perspektiv?

1.1 Vilka element uppfattas som enande vad gäller kommunikationsverksamheten i de undersökta fallen?

1.2 Vilka faktorer framställs som avgörande för hur kommunikatörens arbete och yrkesroll tar sig uttryck?

2. Vad kan utläsas som bidragande faktorer till att andra yrkesaktörer än kommunikatörer antas till kommunikatörstjänster, utifrån intervjupersonernas konstruktioner, och hur skapar man utifrån detta faktum mening inom yrkesfältet?

2.1 Under vilka förutsättningar anställs journalister som kommunikatörer, det vill säga, vilka specifika behov kan journalisten som kommunikatör uppfylla?

2.2 Vilka konsekvenser och möjligheter innebär det utifrån intervjupersonernas berättelser för fältet att före detta journalister antas och arbetar som kommunikatörer?

1.5 Studiens disposition

Kapitel 2 visar på den tidigare forskning som jag har tagit del av under studies gång. Denna forskning kretsar främst kring kommunikatören och dennes yrkesroll, men även på det journalistiska yrket och fenomenet att före detta journalister tar yrken som kommunikatör.

I kapitel 3 återfinns mina huvudsakliga teoretiska utgångspunkter, vilka jag har behandlat min empiri utifrån. Jag redogör bland annat för fältteorin, den meningsskapande processen och professionaliseringsbegreppet, dessa tillämpas sedan i resultat- och analyskapitlet och resultatredovisningen.

I kapitel 4 beskrivs studiens forskningsmetod och materialinsamling. I detta kapitel berättar jag bland annat om valet av forskningsstrategi, om materialinsamlingen och hur jag har avgränsat mig i olika avseenden. Kapitlet avslutas med ett metodkritiskt avsnitt samt en utvärdering av undersökningens kvalitet.

I kapitel 5 återfinns studiens resultat- och analysdel. I kapitlet redogör jag för studiens empiriska material – det material som mina intervjuer har genererat. Detta har behandlats i relation till mina forskningsfrågor och tillhörande underfrågor (se Kap. 1.3), men har i sammanhanget systematiserats efter olika teman.

Kapitel 6 består av en kort sammanfattning av de bärande resultaten som dykt upp i resultat- och analyskapitlet (Kap. 5).

I kapitel 7 diskuterar jag de resultat som studien har genererat. Med hjälp av mina teoretiska utgångspunkter behandlas studiens resultat utifrån ett övergripande perspektiv. I detta avsnitt finner läsaren också svar på mina forskningsfrågor.

I kapitel 8 kan läsaren ta del av min källförteckning, vilken redogör för litteratur, artiklar och annat material jag har använt mig av under studies gång.

2. Framväxten och etableringen av yrkesrollen kommunikatör

I följande kapitel redogör jag för tidigare studier om kommunikatörens yrke och yrkesroll, behandlat ur olika perspektiv. Jag kommer även att presentera forskning om journalistyrket i dagens samhälle och studier om journalister som arbetar inom kommunikation, då jag ser detta som ett uttryck för kommunikatörens yrkesfält idag.

2.1 Utvecklingen av yrkesfältet i Sverige

Larsson (2005, s. 52) menar att utvecklingen av informations-, kommunikations- och PR verksamhet i Sverige, som tog start under sena 40-talet, kan kopplas till två svenska fenomen: utbyggnaden av den offentliga sektorn och Sveriges tradition av intresseorganisationer och folkrörelser och deras framväxt under 1900-talet. Det var dock först under 80- och 90-talet som fältet började utvidgas till dagens storlek och specialiserades (ibid, s. 47). Uttryck för detta är till exempel att utbildningar inom medie- och kommunikationsvetenskap blev allt mer förekommande under perioden (ibid, s.114), men även att en enad branschorganisation för fältet skapas: Sveriges Informationsförening (idag Sveriges kommunikatörer) (ibid, s. 120). Heide och Falkheimer (2014, s. 11) menar vidare att ökningen av PR-praktiker och kommunikatörer under 1990- och 2000-talet är ett resultat av avregleringar och marknadsliberalism i vårt samhälle.

2.2 Kommunikatören i organisationen

Kommunikatörens plats i och relation till ledningssammanhang har länge diskuterats flitigt. Falkheimer och Heide (2008, s. 36-37) menar att begreppet strategisk kommunikation innebär att hela organisationen ska ses utifrån ett kommunikativt perspektiv, vilket också innebär att det inte är kommunikatören som äger kommunikationen – det gör varje medarbetare, inte minst organisationens ledare. Författarna menar att kommunikationsaspekten därför bör hamna högt upp på agendan i ledningssammanhang och att kommunikatören behövs i dessa sammanhang i sin roll som kommunikationsexpert. (ibid, s. 36-37)

Trots att vissa idag ser kommunikatören som en ledningsfunktion, har kommunikatören ansetts ha problem med att uppnå legitimitet i organisationer. Detta beror delvis på att det kan vara svårt att visa på den konkreta nyttan som en kommunikationsexpert faktiskt bidrar med. Eftersom organisationer i regel vill ha leverans, konkreta insatser som visar på bidraget till verksamheten, blir detta en svår situation för kommunikatörer, vars arbete i huvudsak ger indirekta effekter. (ibid, s. 25)

Legitimitetsproblemet hänger också samman med den syn på kommunikation och information som under en lång tid varit rådande i organisationer: transmissionssynsättet, där kommunikation ses som överföring av ett konkret budskap till en mottagare. Med detta synsätt på kommunikation anses kommunikatörens uppgift vara att administrera kanaler och ha hand om teknisk produktion. (Heide & Simonsson 2002, s. 183-185)

2.3 Yrkesrollen utifrån ett professionsperspektiv

I och med att yrkesfältet har flyttat fram sina positioner, har fältet precis som andra yrkesområden i samma situation, under en tid strävat efter en professionalisering av yrkesgruppen. Detta indikerar på en strävan att urskilja yrkesgruppens praktik från andra och få makt gentemot dessa, i huvudsak närliggande yrkespraktiker. (Larsson 2005, s. 32; Falkheimer & Heide 2007, s. 26-27)

De flesta forskare håller med om att kommunikatören går igenom en professionaliseringsprocess, få anser dock att yrkesgruppen kan klassas som en profession. Nete Nørgaard Kristensen (2010, s. 5) hör till en av de forskare som menar att det är en lång väg kvar att gå för att kunna kalla sig en profession, åtminstone jämfört med de traditionella professionerna som till exempel jurister. Hon motiverar detta med att det till exempel inte finns någon enad kunskapsbas inom yrkesfältet, och att man inte har (eller behöver) någon slags licens för att utöva yrket: alla kan i princip utöva yrket. (ibid, s. 6)

2.4 Journalistens historia som kommunikatör

Journalister har en lång historia inom kommunikations- och PR-verksamhet, det var just journalister som anställdes till de första pressinformatörsrollerna. (Larsson 2005, s. 60;63). Hård af Segerstad (1997, s. 70) menar att det länge kretsade en osäkerhet kring vad informatörsyrkets kärna egentligen var. Som en följd av detta sågs journalistisk kompetens och erfarenhet som viktiga urvalskriterier vid företags rekrytering av informatörer (Hård af Segerstad 1997, s. 70; Larsson 2005, s. 55;80).

Att i första hand rekrytera journalister till kommunikatörsposter blev dock mindre självklart i takt med att yrkesfältet för kommunikation- och PR-verksamhet utvecklades, specificerades och definierades allt klarare under 80- och 90-talet. Under perioden började kommunikatören urskilja sin verksamhet från journalistisk verksamhet i högre grad. Under samma period (-92) beslutar sig Sveriges Journalistförbund (SJF) för att informatörer inte längre ska få medlemskap i förbundet. (Larsson 2005, s. 121) Att som journalist arbeta deltid eller frilansa inom organisationer med kommunikationsverksamhet och medieträning började också ifrågasättas internt allt mer (ibid, s.112). Det kritiserades bland annat skarpt i journalistikårens tidningar, dessa journalister benämndes som "PR-journalister" och "kameleonter", i lite hårdare ordalag som "journalistikens call-girls". (ibid, s. 123)

2.5 Dagens medielandskap - journalistens arbetsplats

Idag verkar många tidningsredaktioner under stor ekonomisk press, med nedskärningar och tillfällig arbetskraft som följd (Nygren & Carlsson 2008, s. 283; 285). De ekonomiska drivkrafterna har kommit att bli allt mer betydande, vilket de publicistiska drivkrafterna ofta får ge vika för. Den affärsmodell som journalistiken under hela tiden agerat utifrån, där människor betalar för journalistisk produktion som talar om för dem om vad som händer i omvärlden, stämmer inte riktigt in i dagens samhälle där all

världens information är lättillgänglig och ofta helt gratis. (ibid, s. 296) Marknadens perspektiv har därmed kommit att styra redaktionerna i allt högre grad och flexibilitet från journalistens sida är ett måste i sammanhanget (ibid 2008, s. 59; Wiik 2010, s. 42): flexibilitet i avseendet att kunna växla mellan arbetsuppgifter och plattformar som multireporter, men också flexibiliteten som tillfälliga anställningar och frilansjobb innebär, vilket är vanligt för av dagens journalister (Nygren & Carlsson 2008, s. 61).

Ny informationsteknologi och teknisk utveckling har också bidragit till ett förändrat medielandskap. Detta har medfört förändrade villkor för den traditionella journalistiken och journalister (ibid, s. 57), främst ur två perspektiv. Med hjälp av till exempel satellit-TV, internet och sociala medier, kan allt fler människor själva ta del av, skapa och dela med sig av information och nyheter, många gånger väldigt billigt. Detta gör journalistisk produktion till en av flera möjligheter att tillskansa sig information och nyheter på, inte den enda (Wiik 2010, s. 12; Nygren & Carlsson 2008, s. 296). Många tidningar utnyttjar själva dessa verktyg och arenor, det måste de för att inte utraderas helt som informationskälla. (Wiik, 2012, s.43)

Utifrån det andra perspektivet har ny teknik som sagt försett nyhetsredaktioner med en arsenal av nya och relativt billiga tekniska verktyg, vilket ju kan vara positivt. Men detta innebär också att mer arbete kan utföras av färre personer med teknikens hjälp, det behövs därmed färre fasta journalister på redaktionerna och de som är kvar helst ska vara så kallade multireportrar för att öka produktiviteten ytterligare (Nygren & Carlsson 2008, s. 15; 63). På så vis effektiviseras inte bara produktionen, det minskar även redaktionernas kostnader (ibid, s. 73). Detta är faktorer som inverkar på redaktioners ekonomi och därmed de enskilda journalisterna, vilket tvingar journalister att söka sig utanför det traditionella yrkesfältet.

2.6 Var tar journalisterna vägen istället?

Så väl svenska som internationella studier visar på att det vanligaste yrkesfältet som före detta journalister söker lyckan i är PR-och kommunikationsfältet (Ladendorf, 2012; Koch & Obenmaier, 2014; Nygren 2010, s. 37).

Nygren visar i sin undersökning om medlemskap i Journalistförbundet att information och PR är det största enskilda området som journalister tar jobb inom då de lämnar journalistiken: 28 procent av de tillfrågade före detta journalisterna anger att de börjat arbeta med PR och information (det näst vanligaste yrkesområdet har tio procent). Undersökningen visar även att 51 procent av de som lämnar yrket anger att PR och/eller information ingår i deras nuvarande arbete, det vill säga; nästan dubbelt så många som anger att de börjat arbeta inom PR och information har detta som en del i deras vardagliga arbete. (Nygren 2010, s. 36 – 39)

2.7 Journalisten som kommunikatör och varför detta uppfattas problematiskt

Personer med bakgrund inom journalistiken tar dock inte yrken inom kommunikationsfältet på samma grunder idag som förr. Men många gör det, just på grund av att vissa av deras egenskaper är eftertraktade inom branschen.

Flera av journalistens nyckelkunskaper som skrivandet, det kritiska tänkandet, känsla för nyhetsvärde och inte minst vetskapen om redaktionella strukturer och rutiner, sammanfaller med kriterier och egenskaper som är användbara inom PR- och kommunikationsbranschen (Nygren 2010, 37; Koch och Obermaier 2014, s. 2). Koch och Obermaier (2014, s. 2) menar därtill att journalister ofta har ett gediget kontaktnät, vilket kan vara användbart i organisationens PR-arbete.

Att journalister tar ett andra yrke eller att före detta journalister börjar arbeta inom kommunikationsfältet, anses dock inte helt oproblemiskt. Flera forskare menar att detta har en negativ inverkan på journalistiska ideal och yrkesidentiteten. (Ladendorf 2012; Koch och Obermaier 2014; Fröhlich et.al 2013). Fröhlich, Koch och Obermaiers (2013. s, 5) studie handlar om frilansjournalister som ”moonlightar” inom PR, det vill säga tar ett andra yrke bredvid det huvudsakliga. Enligt författarna kan detta resultera i en rollkonflikt, då detta gör det otvetydigt var journalisten har sina värderingar och vad rollen är baserad på. Studien visar att journalister skapar strategier för att hantera situationer där potentiella rollkonflikter kan uppstå, vilket indikerar på att de ser potentiella risker för rollkonflikter. (ibid, s. 15)

2.8 Konklusion av tidigare forskning

Med avstamp i den tidigare forskning jag här redogjort för, är min ambition att belysa utvecklingen och specialiseringen av kommunikatörens yrkesfält och yrkesroll idag genom intervjupersonernas redogörelser. Man skulle kunna säga att jag på sätt och vis vill ta vid där bland andra Larsson (2005) avslutar sina redogörelser för fältets historia. I detta arbete har jag till exempel mycket kunskap att hämta från tidigare studier om kommunikatörens roll och plats i organisationen samt hur detta påverkar kommunikatörens status och omgivningens uppfattning om kommunikatören. Skildringar av journalisters situation idag samt journalisters förhållningssätt till yrkesrollen kommunikatör genom tiderna är också viktiga bidrag från tidigare forskning som har en betydande plats i studien. Detta kan förklara kommunikationschefers uppfattningar om och inställning till journalister i roller som kommunikatörer.

3. Kommunikatören ur skenet av det senmoderna samhället

I det följande redovisar jag för de huvudsakliga teoretiska utgångspunkter som studien vilar på, vilka tillämpas i resultat- och analyskapitlet samt i resultatredovisningen, det sjätte kapitlet. Jag kommer bland annat berätta om min användning av begreppet expert och hur jag hänför Weicks teori om meningsskapande till en konstruktivistisk utgångspunkt.

3.1 Det senmoderna samhället

Det senmoderna samhället är den kontext som min studie utspelar sig i, men detta samhälle har också en direkt inverkan på kommunikatorers verksamhet (Falkheimer 2002, s. 27). Detta samhälle kännetecknas av flexibilitet och risk, där den nya ekonomins villkor och globaliseringen står i centrum (ibid s.19; 25). Detta är också en tid där vi ständigt omprövar gamla sanningar, där standardisering som ett av modernitetens drag inte duger. Falkheimer (ibid, s. 26) menar att vi idag radikaliserar moderniteten.

Giddens (2014, s. 78) talar om både informations- och risksamhället som ses som element i det senmoderna samhället. Att vi lever i ett informationssamhälle innebär att vi lever under hög reflexivitet, det vill säga att vi människor hela tiden reflekterar över våra handlingar och omständigheter. I informationssamhället utsätts vi för många val, för många, och vi hamnar i osäkerhet och dilemman i gengäld. Senmoderniteten erbjuder nämligen flera valmöjligheter, men få hintar på hur vi ska välja mellan dem (Giddens 1991, s. 80). Falkheimer (2002, s. 31) påstår att reflexivitet är nära knutet till individualismen, båda indikerar på att människor själva ska göra val och inte längre styras av samhällets- eller familjens traditioner i lika stor utsträckning som vi har gjort.

Nohrstedt (2000, s. 187) menar att risksamhället har en tydlig koppling till industrialiseringen, globaliseringen och urbaniseringen. Han menar att detta har påverkat vår syn på risk och skapat nya risker – ett risksamhälle. Enligt författaren lever vi inte under farligare risker idag än förr, men dagens risker har människan till stor del själva gett upphov till och vi är mer medvetna om risker idag på grund av forskningsinsatser och mediernas rapportering (ibid, s.188). Även detta kan kopplas till tillit, till exempel upplever vi vetenskapens utveckling eller aktiemarknaden som riskfylld och har därför svårt att lita på organisationer som kopplas samman med detta.

Falkheimer (2002, s. 27) driver tesen att risksamhället är en viktig utgångspunkt för kommunikatorers verksamhet. Han menar att i risksamhället råder det brist på tillit, vilket är organisationers viktigaste kapital. Det bästa sättet för att få tillit är genom kommunikativa insatser, vilket kräver experter på kommunikation. Att själv skapa sin identitet och inte längre bygga upp den på samhället och dess olika institutioner och organisationer, är som sagt också ett fenomen i det senmoderna samhället. Även här är kommunikatorn värdefull då denne behandlar tillitsproblem som

kommunikationsproblem och genom kommunikativa insatser kan öka möjligheterna för att människor identifierar sig med och med hjälp av organisationer och deras varumärke. (2002, s. 27)

3.2 Expertsamhället och experter inom yrkesfält

Expertsamhället kan ses som ännu en del av det senmoderna samhället, möjligtvis som något som skapats i kapp med det. Detta eftersom vi individer söker oss till experter inom nya områden där vi känner av risk för risker, kanske som en följd av en mängd av valmöjligheter, det vill säga, där vi inte har tillräckligt med kunskap själva (Alexius, Furusten & Werr 2012, s. 15; 271).

Vi har alltid haft behov av experter i samhället, till exempel i form av professioner, vilka ofta har varit tydligt urskiljande och definierade sett till deras kunskapsbas (ibid, s. 20;271). Detta är inte fallet för expertsamhällets experter, de är inte organiserade som traditionella professioner och kontrolleras därför inte internt eller av staten på samma sätt (ibid, s. 16;20). Det råder även brist på en standardisering av dessa aktörers kunskaper – de ska ha hög kunskap och vara kompetenta inom området de utövar expertis inom, men hur vet man att de har hög kunskap och denna kompetens, utan generella kriterier på vad det innebär? Detta gör experters kunskap situationsbunden och förhandlingsbar och väcker frågan hur vi kan lita på deras kompetens. (ibid, s. 21)

Som jag berättat, kan det senmoderna samhället inte bara ses som det samhälle dagens kommunikations- och PR-praktiker agerar i, utan också något som har stor inverkan på dess praktik (Falkheimer 2002, s. 27). Utifrån förutsättningen att institutioner och organisationer har ett stort behov av tillit i det senmoderna samhället, vilket i första hand skapas genom kommunikationsinsatser, kan yrkesfältet ses som ett expertområde som behövs i det senmoderna samhället. Yrkespraktikern kan möjligtvis klassas som en expert *just på grund* av samhällsutvecklingen. (Heide & Falkheimer 2014, s. 6)

3.3 Professionalisering

Som tidigare nämnt genomgår kommunikatorsyrket en professionalisering (se Kap. 2.3), detta är de flesta forskare eniga om. Enligt Falkheimer och Heide (2014, s. 11) kan fältet kanske aldrig bli en profession, men professionaliseringsprocessen pågår för fullt.

Begreppet professionalisering kan ses i ett professionssammanhang, men bör inte förväxlas med profession. Evetts (2013, s. 5) menar att profession utmärker yrken som är definierande och urskiljande för ett speciellt yrkesområde. En profession inom sjukvården är exempelvis läkaren. Professionalisering ses däremot som processen att uppnå epitetet profession och dess fördelar (till exempel ensamrätt att utöva yrket och därmed avgränsning från andra fält) (Abbott 1988, i Evetts 2013, s. 5).

Professionalisering ses därmed som ambitionen att utvecklas till en profession.

Förutom professioner, talar man även om pre-professioner, vilket enligt Brante (2014, s. 343) indikerar på yrken med professionella ambitioner. Han menar att

pre-professioner, i förhållande till traditionella professioner, ”ofta är bättre anpassade till det nyliberala samhället” med avseende på politik och ekonomi, och kan därför vinna mark på professionsarenan i dagens samhälle. (ibid. S. 343)

Jag anser att det finns en klar länk mellan expertsamhället och expertifiering av yrkesgrupper och professionaliseringsprocessen och pre-professioner. Detta då det är i expertsamhället som de nya eller kommande professionerna tar plats, det vill säga de med professionella ambitioner, eftersom de är mest lämpade för dagens individualistiska, riskfyllda och nyliberala samhälle.

3.4 Fältteorin

Bourdieu's teori om sociala fält är en viktig utgångspunkt i min studie. Den sociala aspekten i sociala fält pekar på att det ryms en avgränsad grupp människor inom fältet. Sociala fält innefattar förutom individer även institutioner som enar dessa människor och deras intresse, vilket kan vara utbildningar och organisationer. (Broady 1991, s. 270-273) Intresset som gruppen delar är deras symboliska kapital, vilket kännetecknar de resurser som individerna inom fältet värderar (ibid, s. 171). Med utgångspunkt i det symboliska kapitalet, delar individerna inom fältet ett antal värderingar och självklarheter som de agerar utifrån: deras doxa (Gripsrud 2010, s.102). Dessa individer strider vidare för att bevara resurserna inom gruppen, i den meningen strider de tillsammans som grupp och avgränsar sig gentemot andra grupper. Samtidigt pågår strider inom fältet, mellan aktörerna. (Broady 1991, s. 270-273; Gripsrud 2010, s.102)

Då vi har att göra med sociala fält har vi också att göra med en viss grad av autonomi, i meningen att individerna som inbegrips i ett fält ska ha en viss självständighet eller ensamrätt till sitt intresse, det symboliska kapitalet (Broady 1991, s. 271). Broady (1991, s. 271) talar dock om ”relativt autonomt socialt fält”, vilket indikerar på just en viss grad av ensamrätt – inte fullständig. Ett sådant relativt autonomt socialt fält kännetecknas till exempel av att aktörerna inom fältet ska bedöma de andra fältaktörernas insatser, för att se att dessa går i linje med fältets doxa. Det är i dessa situationer det kan uppstå strider, man strider internt om vad som är ”best practice” sett till det symboliska kapitalet. (ibid, s. 272)

Som sagt strider ett fält också gentemot andra fält, närliggande fält, för att bevara den relativa självständigheten kring det symboliska kapitalet. I min studie ser jag kommunikationsverksamhet som ett socialt fält, där det pågår förhandlingar mellan interna och externa aktörer. Om fältet har en tillräckligt hög grad av autonomi för att kallas fält återstår att se. Broady (ibid, s. 271) menar att man först efter undersökningen av ett (preliminärt) fält faktiskt kan veta om det är ett fält man har att göra med.

3.5 Den meningsskapande processen

Då denna studie vilar på en syn av verkligheten som något som ständigt omkonstrueras av människor och då jag förutsätter att vi alla skapar och uppfattar vår verklighet på

olika sätt (Bryman 2011, s. 341), har även Weicks teori om den meningsskapande processen en viktig plats i min studie.

Weicks teori om meningsskapande (Weicks & Sutcliffe 2005, s. 7) utgår från att det inte finns en färdig uppfattning om allting utan att vi människor skapar mening, förståelse för saker och ting, på egen hand. Det finns därför inget som är sant och rätt knutet till ett visst skeende eftersom var och en skapar sin egen mening. Vi gör detta, skapar förståelse eller mening, genom att hänföra situationen till våra tidigare erfarenheter, sammanhanget vi befinner oss i och genom att föra dialog med andra. På det sättet försöker vi sätta ett visst sammanhang i relation till upplevelser vi känner igen sedan tidigare. (ibid, s. 6)

I denna studie är det inte i första hand min meningsskapande process som står i centrum, det är kommunikationschefers konstruktion av verkligheten. För att förstå denna process är Weicks teori användbar, då den förklarar att kommunikationschefernas uppfattning är färgad av den kontext de befinner sig i och de erfarenheter de besitter.

3.6 Konvergensbegreppet

Konvergens står i studiens sammanhang för att yrkesfält går in i varandra, det vill säga, konvergerar. Detta är ett viktigt verktyg för att jag ska kunna förklara förhållandet mellan journalistyrket och kommunikatörens yrke.

Begreppet konvergens kan också hänföras till Bourdieus fältteori. I och med att personer med bakgrund inom journalistik tar steg in på kommunikatörens fält, kan dessa påverka uppfattningen om vad det symboliska kapitalet inom fältet består av och därmed påverka den doxa som fältets aktörer delar. Detta kan då leda till att kommunikatörernas doxa utmanas och *heterdoxa* uppstår, vilket innebär att nya kriterier för vad som anses sant och värdefullt inom fältet utmanar de gamla kriterierna, som tidigare utgjort doxan. (Gripsrud. 2011, s. 102)

3.7 Konklusion av teoretiska verktyg

Ovan teorier och begrepp närvarar i studien i olika utsträckning och spelar olika roller. Det senmoderna samhället, expertsamhället och expertifiering av yrkesgrupper och teorin om professionalisering är de mest centrala teorierna under studiens gång. Medan det senmoderna samhället och expertsamhället utgör kommunikatörens kontext i denna studie, som till viss del sätter och reglerar villkoren kommunikatören agerar utifrån, knyts professionalisering till denna kontext genom intervjupersonernas handlande och reflekterande. Begreppet expert utgör också ett viktigt redskap då det tycks beteckna den senmoderna kommunikatören bättre än begreppet profession, då yrkesfältet i olika avseenden framstår svårdefinierat och ibland svårt att uskilja från det journalistiska fältet.

4. En kvalitativ intervjustudie med kommunikationschefer

I det följande kapitlet berättar jag om den kvalitativa forskningsmetod studien byggts upp på och hur jag har hanterat denna. Jag redogör även om det empiriska material jag utgått ifrån och berättar utförligt om mina avgränsningar, mitt urval och hur jag gått till väga vid insamling och bearbetning av material. Kapitlet avslutas med ett metodkritiskt avsnitt och till sist en diskussion om undersökningens kvalitet.

4.1 Metod

4.1.1 Forskningsstrategi

Det empiriska materialet har samlats in och hanterats med hjälp av en kvalitativ forskningsstrategi. En studie med kvalitativ utgångspunkt kännetecknas av att ordens underliggande betydelse och tolkning av ord ligger i fokus. Forskare med denna ansats söker efter betydelser som inte kan utläsas på en ytlig nivå, orden måste tolkas utifrån sitt sammanhang för att få mening. Denna forskningsstrategi föranleds av ett konstruktivistiskt perspektiv på verkligheten, det vill säga en föreställning om att det inte finns en fixerad och objektiv verklighet utan att verkligheten skapas och omskapas genom att människor samspekar med varandra. (Bryman 2011, s. 341) Ett sådant perspektiv på verkligheten följs av ett induktivt synsätt på förhållandet mellan teori och empiri, detta innebär att jag som forskare inte låter den empiriska processen styras av tidigare författade teorier, eftersom jag inte anser att de rymmer en sann bild av verkligheten. Ett induktivt perspektiv innebär istället att teori bör ses som ett resultat av empiri. (ibid, s. 28)

Den huvudsakliga orsaken till att jag har valt en kvalitativ strategi är för att jag anser att metoden ger mig möjlighet att ta mig an mitt problemområde på djupet, jag får förutsättningar att hantera tolkningar av den sociala verkligheten.

4.1.2 Intervju som insamlingsinstrument

Intervjuer i ett kvalitativt sammanhang innebär att intervjupersonens uppfattning står i centrum, forskaren är intresserad av intervjupersonens tolkning av de teman som intervjun kretsar kring. Intervjupersonen tillåts därför "sväva iväg" i sin tolkning. Genomförs däremot en kvantitativ intervjustudie, ska forskarens uppfattning styra genomförandet av intervjun. (ibid, s. 413) Detta har att göra med att kvantitativa intervjuer, kvantitativa studier över huvud taget, måste ha en hög grad av strukturering. Strukturering krävs för att studiens mått ska anses pålitliga (ibid, s. 161). Detta medför att det är viktigt att samtliga intervjufrågor ställs på samma sätt till intervjupersonerna, vilket innebär att kvantitativa intervjuer är mindre flexibla än kvalitativa. (ibid, s. 413)

4.1.3 Intervjuteknik

För att inhämta mitt empiriska material har jag utfört semistrukturerade intervjuer. Valet grundar sig i att jag har ämnat hålla intervjuerna flexibla för att lämna stort utrymme för intervjupersonerna att själva resonera, samtidigt har jag velat ha viss kontroll på intervjusituationen eftersom det har varit min ambition att intervjupersonen ska beröra ett antal teman. Med dessa utgångspunkter lämpar sig semistrukturerade intervjuer bra.

(ibid, s. 415) Anledningen till att jag valt att inte genomföra intervjuerna helt ostrukturerat beror på mitt behov av att ha viss kontroll över intervjuerna. Det är även min uppfattning att ostrukturerade intervjuer lämpar sig bäst i intervjusituationer där både intervjuperson och intervjuare är fysiskt närvarande, för att kunna uppfatta till exempel kroppsliga uttryck och sinnesstämning. Detta har inte varit fallet vid mina intervjuer, då intervjuerna är genomförda över telefon. (ibid, s. 416).

4.2 Urval av material

Jag gjort ett flertal avgränsningar i min materialinsamling som bland annat påverkar min urvalsteknik. Jag motiverar för dessa nedan.

4.2.1 Ett ledarperspektiv

I studien står kommunikätörens arbetsfält och yrkesroll i organisationen i fokus. Detta har jag undersökt genom att ta del av kommunikationschefers tolkningar om dagens kommunikatör.

Motivet för att vända mig till denna grupp grundar sig i att jag förutsätter att kommunikationschefer har det överordnade ansvaret för den bedrivna kommunikationsverksamheten i organisationen och avgör därmed karaktären på och utformningen av kommunikationsverksamheten. Jag förutsätter att de har en övergripande strategisk inblick i kommunikätörens vardagliga arbete då de driver det strategiska kommunikationsarbetet i praktiken.

En annan anledning till valet, som är avhängig ovanstående argument, är att denna grupp är med och beslutar om vilka resurser som behövs inom kommunikationsverksamheten och hur dessa resurser ska ordnas och behoven ska tillfredsställas. Att tala med dessa personer kan därför ge inblick i hur man tänker kring trender inom kommunikationsarbete, vilka kompetenser som bör inbegripas i en kommunikationsenhet och vilka faktorer som spelar in vid rekrytering av en tjänst.

4.2.2 Val av organisation: kommuner

Jag vill först påpeka att det organisatoriska sammanhanget inte är centralt i denna studie. Jag har valt att undersöka kommunikätören som en aktör i en organisatorisk kontext. Detta då jag ser organisationssammanhanget som en gynnsam kontext att hitta och undersöka kommunikätören i, men valet av organisation påverkar inte studiens syfte eftersom ambitionen inte är att jämföra organisationer.

Jag har avgränsat mig till en slags organisatorisk kontext, kommunala organisationer. Jag gjorde denna avgränsning eftersom jag hellre vill kunna uttala mig på goda grunder om ett fåtal och liknande organisationer än ytligt om flera olika slags organisationer, med tunna jämförelser som följd. Som jag nämnt är inte kontexten kommun i fokus, men inte heller helt oviktig då denna kontext innebär vissa förutsättningar. Till exempel driver kommuner sin verksamhet på skattepengar, vilket medför ett ansvar inför medborgarna – något som kan påverka kommunikätörens arbete.

Det finns även en praktisk avgränsning till kommuner. Kommuner lyder under offentlighetsprincipen, vilket innebär att jag som medborgare har rätt att få tillgång till viss information, så länge det handlar om en allmän handling som är offentlig och att det därmed inte föreligger sekretess (Tryckfrihetsförordningen, Kap 2, 1 §). Privata organisationer har däremot ett val att delge information. Informationen som jag är intresserad av bör betraktas som offentlig, vilket gör att jag kan få informationen jag behöver relativt lättillgängligt. Dessutom har anställda inom offentlig sektor en plikt att behandla begäran om att få ta del av handling skyndsamt, vilket har underlättat mitt arbete under insamlingsfasen (ibid, Kap. 2 13 § stycke 2)

Då det organisatoriska sammanhanget inte står i centrum i min studie har jag beslutat att de specifika kommunernas namn samt intervjupersonernas namn inte ska skrivas ut. Intervjupersonerna kommer istället att ha fingerade namn. Dessa uppgifter är inte relevanta eftersom jag inte är intresserad av att jämföra kommunikationschefer i egenskap av kommunrepresentant för kommun X.

4.2.3 Urvalsprocessen

För att nå populationen som jag är intresserad av har jag använt mig av en målstyrd urvalsteknik. Urvalstekniken beskrivs utmärkt av Bryman (2011, s. 434) på följande vis "(...) typen av samplingsteknik är i grunden av strategiskt slag och inbegriper ett försök att skapa överensstämmelse mellan forskningsfrågor och urval". Urvalet görs därmed i relation till fallen som är intressanta sett till problemformulering och forskningsfrågor.

I urvalsprocessen har jag tagit hjälp av en lista över Sveriges alla kommuner, vilken jag har fått tillgång till via Sveriges Kommuner och Landsting (SKL) (<http://skl.se>). Jag tog hjälp av SKL eftersom jag visste att de har pålitlig information över Sveriges alla kommuner, vilket i sin tur kunde hjälpa mig att nå kommunikationschefer i kommuner. Förutom att avgränsa mig till kommuner, har jag avgränsat mig till en viss slags kommuner: de kommuner som ryms inom kategorin "Större städer" enligt SKL:s kommungruppsindelning. Denna kategori rymmer 31 av Sveriges kommuner och indikerar på "Kommuner med 50 000-200 000 invånare samt en tätortsgrad överstigande 70 procent." (<http://skl.se>).

Min utgångspunkt har varit att kommunens storlek har betydelse då den kan garantera en viss storlek på kommunikationsverksamheten. Om siffrorna har varit tillgängliga, har jag sett antalet medarbetare i kommunen och i synnerhet antalet medarbetare på kommunikationsenheten som indikatorer på om det är en kommun med tillräckligt stor kommunikationsverksamhet efter mina preferenser. Det har nämligen varit viktigt för mig att kommunikationsverksamheten ska vara av större volym för att vara intressant. Jag har resonerat som så att en kommunikationsstyrka som endast innefattar ett fåtal medarbetare troligtvis även innebär en liten kommunikationsverksamhet, vilket inte är så gynnsamt för min studie. Jag har också valt bort de allra största kommunerna på grund av en föreställning om att stora organisationer har komplexa strukturer, vilket har

inverkan på hur kommunikatörerna är systematiserade i organisationen och möjligheten att få tala med en kommunikationschef som kan uttala sig om hela verksamheten.

Med hjälp av ytterligare en urvalslista (se bilaga A) som talar om vilka kommuner som ingår i vilken kategori, har jag letat rätt på de 31 kommuner som ingår i kategorin ”Större städer”. Jag har därefter sökt kontakt med kommunikationscheferna i 14 av kommunerna. Jag har fått tag i nio av dessa och som sagt intervjuat sju.

4.3 Insamling av empiri

4.3.1 Intervjuguide

Intervjuerna har genomförts med hjälp av en intervjuguide (se bilaga B). Som en följd av min semistrukturerade intervjuteknik, består min guide av ett fåtal mycket breda teman vilka jag styrt intervjupersonen mot under intervjun. Intervjupersonen har sedan fått resonera fritt kring dessa. (Bryman 2014, s. 419) Guiden tar vidare formen av en tratt: det första temat är brett medan de efterföljande blir allt mer specifika. Då intervjuguiden är en form av operationalisering av forskningsfrågorna, är temana utformade i direkt relation till övergripande syfte och mina forskningsfrågor.

Till dessa teman har jag skrivit ned vissa förklaring och stödord som påminnelse till mig själv om vad jag vill ha ut av temat under intervjusituationen. I enstaka fall har jag hjälpt intervjupersonen på traven med hjälp av dessa stödord, för att styra samtalet i rätt riktning. I övrigt har jag inte delgett intervjupersonerna mina stödord och anteckningar, detta för att jag inte har velat att det ska framstå som att jag försöker leda personerna i en viss riktning.

4.3.2 Förberedelse och genomförande av intervjuer

Samtliga intervjuer har genomförts via telefon och dessa varade mellan 45 till 70 minuter. Enligt min mening hade det bästa varit om jag och intervjupersonerna hade varit fysiskt närvarande på samma plats under intervjuerna, och därmed hade undvikit telefonkontakt. På grund av ekonomiska och tidsmässiga skäl var detta dock svårt att uppnå. Då jag inte har velat låta detta begränsa mig från att ha intervjuer med de kommunikationschefer som passar mina preferenser, har vald intervjuteknik ändå varit det bästa valet efter förutsättningarna.

Bryman (2011, s. 432) talar om ett flertal nackdelar med telefonintervjuer. Till exempel är telefonintervjuer en mindre bra metod då man vill åt längre intervjuer, vilket forskare med kvalitativ strategi ofta vill. En annan nackdel som författaren pekar på, som kan ligga utanför både intervjupersonens och intervjuarens makt men som det finns risk för, är att tekniken krånglar. Jag har dock inte upplevt några större problem som kan liknas med dessa nackdelar med intervjuformen, som Bryman påvisar.

I första kontaktsituationen med intervjupersonerna var jag väldigt tydlig med vem jag är och vad jag vill. Jag erbjöd intervjupersonerna att ta del av intervjutemana i förväg, detta för att ge dem de bästa förutsättningarna att förstå vad jag vill ha ut av samtalet. Jag upplevde även att detta effektiviserade vissa av intervjusituationerna. Med

intervjupersonernas godkännande har jag spelat in intervjuerna och i detta sammanhang förtydligt att några namn inte kommer att anges i uppsatsen.

4.4 Analys av empiriskt material

Samtliga telefonintervjuer har alltså spelats in, för att därefter transkriberas ordagrant. Detta för att jag ska ha möjlighet att förstå intervjun i sin helhet även i efterhand.

I och med att jag är intresserad av intervjupersonernas tolkningar och konstruktioner av kommunikatörens roll, vilket innebär att jag är intresserad av den latent innehållsrollen av materialet, var det en lång process att gå igenom materialet. Att förstå vad till exempel intervjupersonens jämförelser kan indikera på, har i min process inneburit att jag varit tvungen att läsa texten ett flertal gånger om för att sedan omformulera texten med nya ord för att därefter kunna använda den. I processen att hänföra det empiriska materialet till forskningsfrågorna var jag tacksam över att jag varit noga med att utforma teman i intervjuguiden efter mina forskningsfrågor och övergripande syfte – detta gjorde det enkelt att se vilka delar av texten som ”hörde hemma” vid vilken forskningsfråga.

Mina teman har därför till stor del hjälpt mig att hänföra det empiriska materialet till rätt forskningsfråga med tillhörande underfråga. Till exempel kunde jag snabbt se i mitt material att ledarskapsrelaterade frågor är något som intervjupersonerna förknippar med kommunikatörens yrkesroll, vilket jag då kunde koppla till min underfråga ”Vilka element uppfattas som enande vad gäller kommunikationsverksamheten i de undersökta fallen?”. Jag har dock varit noga med att inte låsa mig till dessa teman, utan varit medveten om att det kan förekomma viktig information för forskningsfråga X på ett visst tema, även om temat egentligen ”borde” svara mot forskningsfråga Y.

4.5 Metodkritik

4.5.1 Forskningsmetod

Kvalitativa undersökningar är i högsta grad subjektiva, det är mina intressen som författare som styr vilken uppfattning läsaren kommer att ha om problemområdet efter att ha läst min studie. Detta är poängen med kvalitativa studier och enligt mig det som är bra, men det innebär att en utomstående part kan tycka att jag har riktat uppmärksamhet på fel saker eller speglar något på fel sätt.

Min studies resultat kommer heller aldrig helt och hållet kunna bekräftas eller förnekas av någon annan studie; på grund av den subjektiva aspekten är inte studien replikerbar, det vill säga möjligt att upprepa och komma fram till samma resultat. (Bryman 2011, s. 368) Hur noga jag än redogjort för mitt praktiska tillvägagångssätt kan inte läsaren veta exakt hur mitt arbete slutligen gått till. Min semistrukturerade intervjuteknik möjliggör till exempel detta, eftersom jag har låtit varje intervjupersons berättelse stå i fokus under intervjuerna och inte hållt mig ordagrant till intervjuguiden. En annan forskare med samma upplägg kan därför aldrig få exakt det empiriska material som jag har fått. Detta medför att studiens resultat inte kan generaliseras till fler fall än de som studien innefattar. (ibid, s. 369)

4.5.2. Val av insamlingsmetod

Jag har som sagt valt att utföra intervjuer för att samla in mitt empiriska material. Som jag har berättat är det största motivet bakom detta val den flexibilitet som kvalitativa intervjuer erbjuder, i synnerhet semistrukturerade sådana (ibid, s. 412). Det har varit mycket viktigt för mig att intervjuerna, men även jag som intervjuare, ska kännetecknas av flexibilitet för att jag ska kunna greppa den konstruktion av verkligheten som intervjupersonerna delar med sig av. Men det allra bästa sättet för att kunna få grepp om de uppfattningar som jag intresserar mig för i denna studie, dessa konstruktioner, hade möjligtvis varit att genomföra deltagande observationer. (ibid, s. 440)

Genom att samtala med intervjupersonerna har jag fått en god uppfattning om deras tolkningar, men en ytlig sådan. Ett samtal på cirka 60 minuter ger inte på långa vägar den inblick i en människas gestaltning av världen som att få vara med denne i vardagen gör, det är jag fullt medveten om. Hade jag haft möjlighet att vara med personen i vardagen där den verklighet jag intresserar mig av konstrueras, hade jag troligtvis kunnat göra djupare iakttagelser om kommunikationschefers tolkningar av kommunikatörens yrkesfält och yrkesroll.

Jag har därtill gett mina intervjupersoner en viss möjlighet att förbereda sig på vårt samtal, vilket kan påverka hur de väljer att gestalta verkligheten. Detta hade de kunnat göra även om jag besökt dem för att observera dem, men det hade troligtvis blivit svårare för dem att dölja sin sanna uppfattning av verkligheten – vilket ju är det jag vill åt. (ibid, s. 440)

Orsaken till att jag ändå har gjort som jag har gjort är trots allt att jag såg semistrukturerade intervjuer som en lämplig taktik utifrån mina förutsättningar. Att genomföra deltagande observationer hos de kommunikationsenheter jag har varit i kontakt med skulle både ta mer tid och kosta mer pengar, då deltagande observationer som metod ofta innebär att man är på plats i den aktuella kontexten under en längre tid eller vid ett flertal tillfällen.

4.5.3 Avgränsningar

I studien har jag talat med kommunikationschefer i kontexten kommunala organisationer. Ett sådant chefsperspektiv ger ett övergripande perspektiv på fältet, men möjligtvis skulle det vara mer gynnsamt för min studie att tala med kommunikatorerna "på golvet" och få en personlig tolkning av den egna rollen. Att tala med kommunikationschefer har varit ett effektivt sätt att få information om ett stort antal kommunikatörer (då intervjupersonerna till stor del uttalar sig utifrån hela den egna verksamheten), men denna information kan ses som ytlig jämfört den information jag kunde ha fått om jag gick direkt till den enskilde kommunikatören, den som chefen uttalar sig om. Denna studie bygger på en tolkning av en tolkning, det vill säga jag tolkar chefernas tolkning. Jag befinner mig i denna studie därför två nivåer från den "verklighet" jag egentligen vill kunna uttala mig om.

Även då jag sagt att kontexten kommunikatören befinner sig i, inte står i centrum (se Kap. 4.2.2), vore det en lögn att påstå att kontexten är utan betydelse för resultatets utfall. De slags organisationer som jag har valt delar vissa likheter i jämförelse med andra slags organisationer, till exempel regelverk, vilket kommer avspeglas i mitt material. Hade jag istället involverat två olika sorters organisationer, till exempel kommunala och privata, hade jag tydligare kunnat se vad organisationstypen betyder för kommunikationsverksamheten, vilket hade kunnat vara intressant.

4.5.4 Urval

Som jag har beskrivit har jag använt mig av en lista över Sveriges alla kommuner från SKL vid mitt urval av kommuner. Denna lista som har fungerat som en slags urvalsram är dock inte ny för i år (från 2011) och kan därför uppfattas opålitlig. Detta då tidsaspekten kan påverka giltigheten att kriterierna för kategorin ”Större kommuner” verkligen stämmer överens med de kommuner som innefattas av kategorin. I och med att jag har kontrollerat alla mina kommuners invånarantal på egen hand, och sett att de stämmer sett till kriterierna som gäller för kategorin ”Större städer”, anser jag trots detta att materialet jag har använt mig av för att göra mitt urval kan anses pålitligt.

4.6 Undersökningens kvalitet

4.6.1 Det empiriska underlaget

Mitt empiriska material består av sju intervjuer med kommunikationschefer, vilket jag i efterhand kan tycka var otillräckligt i vissa avseenden. Ambitioner var att ha åtta till tio intervjuer beroende på hur innehållsrika och användbara de artade sig, men på grund av svårigheter att ens nå vissa av de kommunikationscheferna jag vände mig till blev antalet intervjuer något lägre.

Som jag har redogjort för i kapitel 4 (se Kap. 4.5.1) har mitt metodval hindrat mig från att kunna generalisera mina resultat till en större grupp än de som ingår i studien, detta har jag varit medveten om sedan starten. Det är alltså inte anledningen till att jag nu känner att underlagsbasen är något tunn i vissa avseenden. Det har snarare att göra med *mättnaden* i underlaget, det vill säga om jag känner att samma saker dyker upp i materialet och att det därmed finns grund för att påstå att materialet talar för en trend.

Jag ser en mättnad sett till vissa aspekter av resultatet, jag känner till exempel absolut att detta är fallet för uppfattningen av kommunikatörens verksamhet, dennes situation idag och kommunikatören i organisationen. De delar där jag upplever en lägre mättnad, eller en splittrad bild, är när det handlar om uppfattningen av att före detta journalister tar roller som kommunikatörer. I dessa avseenden hade det varit mer gynnsamt för min studie att ta del av fler kommunikationschefer gestaltningar. Jag håller fast vid denna åsikt. Men ett annat sätt att tolka detta utfall på skulle kunna vara att detta faktiskt är en fråga som splittrar fältet och att det därför är svårt att hitta och dra slutsatser utifrån kommunikationschefernas redogörelser, oavsett hur många intervjuer det handlar om.

4.6.2 Val av insamlingsmetod

Jag har valt att genomföra semistrukturerade intervjuer, vilket innebär att intervjuerna har varit flexibelt hållna men att jag har strukturerat dem något med ett antal teman (Bryman 2011, s. 415). De intervjuer där jag höll mig som längst ifrån min struktur, lät intervjupersonen tala på och istället plockade upp saker som sas (som var relevanta utifrån mina frågeställningar) var de intervjuer som jag upplevde som mest givande. Jag ifrågasätter därför mitt val av att använda av denna intervjuteknik.

Som jag har motiverat för (se kapitel 4.1.3) valde jag bort en ostrukturerad intervjuteknik eftersom jag trodde att den skulle vara svår för mig att hantera då intervjuerna genomfördes via telefon och då jag har haft ett behov av att ha en viss kontroll över intervjusituationen (ibid, s. 416). Jag kan dock ångra att jag inte ”vågade” att välja en ostrukturerad intervjuteknik. Hade jag gjort detta så hade jag gått in i intervjun med insikten att det skulle bli en ännu mer flexibel intervjusituation, kanske hade det gett ett ännu bättre empiriskt material med högre validitet att utgå ifrån.

Valet att ha ostrukturerade intervjuer hade dock krävt en mycket konkret och sammanfattande fråga, istället för mina fyra teman. Jag är därtill inte säker på att samtliga intervjupersoner hade uppskattat denna intervjuform, då den ostrukturerade typen av intervjuteknik kräver en större benägenhet att tala fritt från respondentens sida än vad semistrukturerade intervjuer gör (ibid, s. 415)

Möjligtvis hör detta dilemma också ihop med mina teman som jag använt under intervjusituationen. Kanske handlar det i synnerhet om mina teman, och inte om valet av intervjuteknik; har dessa verkligen varit de bästa utifrån mitt syfte och mina frågeställningar, har de gett mig de bästa förutsättningarna för att ta reda på det jag vill ta reda på? Att ta fram teman innebär en operationalisering av studiens syfte och frågeställningar, ett sätt att i praktiken få tag i empiri för att besvara frågeställningarna. Det är därför mycket viktigt att temana är utformade på ett sätt att de ger mig de bästa förutsättningarna för att besvara frågeställningarna. Detta har stor betydelse för studiens validitet, då det påverkar om jag verkligen mäter det jag säger mig vilja mäta (ibid, s. 50). Eftersom jag upplevde de intervjuer då jag lät intervjupersonerna tala fritt som mest givande, hade en annorlunda utformning av temana möjligtvis varit mer gynnsam för mina möjligheter att utforska det jag hade för avsikt att utforska.

4.6.3 Etisk diskussion

Som jag har redogjort för i tidigare avsnitt (se Kap. 4.2.2) har jag valt att låta intervjupersonerna träda in i en anonym roll i studien, genom att tilldela dem fingerade namn. Intervjupersonernas personliga uppgifter, som namn och kontaktuppgifter, har behandlats konfidentiellt under hela studiens gång och kommer att fortsätta göra det efter slutförande av studien. Även transkriberingarna från intervjuerna har skrivits om med tanke på att dessa kan efterfrågas vid seminarietillfälle. (ibid, s. 133)

Motivet till detta är inte bara att namnuppgifter inte är relevanta, det finns även en etisk dimension bakom motivet. Jag har inte på något sätt försökt att framställa någon av

intervjupersonerna eller deras konstruktion av kommunikatörens fält utifrån ett negativt perspektiv i studien, det är inte därför jag inte skriver ut deras riktiga namn. Det är snarare så att jag anser att ett löfte om att få uttrycka sig anonymt kan göra det enklare för personer att uttrycka sig ärligt. Anonymitet är därför ett sätt att öka möjligheterna för att studien ska uppnå god kvalitet och ett högt mått av validitet (ibid, s. 352).

Jag har vidare stått fast vid principen om informationskrav, vilket innebär att jag som forskare har informerat de personer som berörs av studien om studiens syfte och poängterat att deltagande i studien samt vad man vill delge sig om är helt frivilligt, så väl skriftligt som muntligt. I enlighet med informationskravet har jag också erbjudit intervjupersonerna att i förväg ta del de teman som intervjun kretsat kring (ibid, s. 131). Trots att jag anser att jag har följt riktlinjer för god forskningssed, menar Bryman (2011, s. 140) att kvalitativa undersökningar i sig kan uppfattas oetiska på grund av sina inneboende egenskaper. Detta då dessa slags studier, och därmed medföljande frågeställningar, ofta är mycket öppna, något som kan göra det svårt för forskaren att få de parter som studien berör att verkligen förstå studiens syfte (ibid, s. 140). Detta är givetvis ett problem vilket dessvärre ligger i forskningsstrategis natur.

5. Resultat & analys

I följande kapitel presenterar jag det resultat som studien har genererat. I kapitlet redovisas även analysen av resultatet. Jag har valt att väva samman resultat och analys då jag anser att det gynnar djupare analyser och ger så väl resultat som analys bättre flyt. Detta är även det bästa alternativet att utforma avsnittet på med tanke på min metod: mina tolkningar av intervjupersonernas konstruktioner, resultatet, gör sig bäst om de återfinns i direkt relation med analys.

I denna del av studien får läsaren ta del av kommunikationschefernas uppfattning om kommunikatören och dennes yrkesfält, vilka egenskaper, arbetsuppgifter och ambitioner som knyts till rollen. Det blir tydligt att det finns både enigheter och oenigheter gällande uppfattningen om kommunikatören, det finns därmed inte färdig och klar uppfattning om vad som utgör en kommunikatör. Detta faktum blir inte minst tydligt då journalister påtalas, i rollen som kommunikatör. Kommunikationscheferna som grupp uppvisar en splittrad inställning till att personer med bakgrund i journalistiken antar yrken som kommunikatörer, därmed uppvisar de som grupp en splittrad uppfattning om inställningen till yrkesrollen som kommunikatör.

5.1 Det stöttande uppdraget

5.1.1 ”Man ska akta sig för att säga att kommunikationen ägs av kommunikation”

Kommunikationschefernas konstruktioner av kommunikatörens yrkesroll tyder på en utbredd uppfattning hos dem att kommunikatören har en bredd sett till sina arbetsuppgifter och ansvarsområden, samt att detta i vissa fall kan vara hämmande eftersom det otydliggör ansvarsområdet. Det går trots detta att utläsa att kommunikationscheferna anser att det finns ett övergripande ansvar som enar dem: den stöttande rollen hos kommunikatören. Detta konkreta ansvar skiljer sig givetvis beroende på personen man talar med och dennes kommunikationer, men den gemensamma nämnaren i samtliga personers berättelse är att kommunikatören har en stöttande roll. Detta sätts i olika sammanhang; det handlar om stötning i att skapa dialog och enhetlighet i organisationens kommunikation, att stötta organisationen i att uppnå sina mål, stötta organisationen och dess intressenter genom att skapa sammanhang – det vill säga aktiviteter som i sig rymmer ett stort antal delaktiviteter och vidare stötning av olika slag. Detta avspeglar sig också i kommunikatörernas fysiska tillhörighet i organisationen: samtliga är organiserade på det sättet att de är en stabs- eller stödfunktion till övriga enheter. På detta sätt främjar organisationsstrukturen uppdraget att vara ett stöd till verksamheterna. (Jacobsson & Thorsvik, 2008, s. 72)

Ett stöttande uppdrag indikerar på att kommunikatören i huvudsak agerar efter andras verksamhet. Love är en av dem som påpekar att kommunikationsavdelningen dock inte äger organisationens kommunikation:

”Egentligen ska det väl sägas att alla ska jobba med kommunikation i en organisation idag. (...) Det är vårt uppdrag att stötta dem [anm. Organisationens verksamheter] och se till att de får det stödet de behöver. Man ska akta sig för att säga att

kommunikationen ägs av kommunikation, i stor verksamhet kommunicerar ju hela organisationen, alla medarbetare gör ju det mer eller mindre.” (Love, s. 3-4)

Loves gestaltning av kommunikationsarbete och kommunikatörens uppdrag i organisationen talar för att hela organisationen har ett kommunikativt ansvar, då detta är en så stor del av verksamheten idag. Denna uppfattning följer också Falkheimer och Heides (2007, s. 37) tes om strategisk kommunikation i organisationer. Författarna menar att strategisk kommunikation inte endast är kommunikatörens angelägenhet eftersom begreppet anspelar på att hela organisationen, alla olika processer som arbetet inom organisationen innebär ska ses utifrån ett kommunikativt perspektiv och hanteras strategiskt. Precis som Love menar kan då inte kommunikationsinsatser ses som kommunikatörens egendom, utan det måste vara något hela organisationen ska arbeta med på grund av att det berör hela organisationen. (Falkheimer & Heide 2007, s. 37)

En sådan uppfattning förutsätter vidare att organisationens aktörer själva har förståelse för betydelsen av god kommunikation och viljan att addera detta ansvar till sitt huvudsakliga verksamhetsansvar. Men det handlar kanske inte om förståelse eller vilja, utan om att man måste integrera kommunikation i sin verksamhet. Under förutsättningen att vi lever i en tid där tillit från omvärlden är hårdvaluta för organisationer, kanske i synnerhet kommunala organisationer med sitt ansvar gentemot medborgarna, anses medvetenhet om kommunikations betydelse vara ett av de viktigaste verktygen (Falkheimer 2002, s. 27). Det är dock något naivt att tro att hela organisationen ska börja tänka som kommunikationspraktiker, vilket också intervjupersonernas berättelser indikerar på – detta kan man inte förvänta sig. Kommunikatören är därför där för att ge expertis inom området, för att stötta. Detta sätter kommunikatören i en expertroll i organisationen, vilket kan hänföras till den expertroll vi finner i det senmoderna samhället. (Alexius, Furusten & Werr, s. 271).

5.1.2 Kommunikation, inte information

Kommunikationscheferna är medvetna om att det inte alltid råder enighet om vad kommunikatören ska göra och att det finns en föråldrad bild av kommunikatören som till viss del lever kvar. En sådan uppfattning upplevs problematisk. Joan uppfattar att många inom verksamheten fortfarande tänker i termerna av information istället för kommunikation och menar att det ibland verkar vara svårt för verksamheten att veta hur de ska använda kommunikatören. Hen anser till exempel att det är helt fel att sätta en kommunikator på att skriva anteckningar under ett ledningsgruppsmöte eller hålla ordning på medarbetarnas e-post lådor. Även om hen menar att man går ifrån en sådan uppfattning av kommunikatören, tyder hens talande exempel på att denna uppfattning fortfarande är förekommande. Noels berättelser från verksamheten stödjer Joans tes om att övriga organisationen kan ha svårt att skilja mellan information och kommunikation:

”I och med att vi är duktiga på att skapa sammanhang, att formulera, att framträda eller att presentera, är det väldigt lätt att man sitter i ett ledningssammanhang och

kanske får rollen att till och med vara den som för anteckningarna. Och det är helt fel uppdrag för oss, det gör inte vi.” (Noel, s. 8)

Charlie uppfattar att det finns intresse hos organisationer för att inkludera kommunikativa insatser i sin verksamhet i allt större utsträckning, men även hen anmärker på att organisationens medarbetare inte alltid vet hur detta ska gå till, delvis som en följd av att man inte förstår kommunikatörens uppdrag. Intervjupersonernas berättelser indikerar därtill på att det finns en djupt rotad bild av kommunikatören som i huvudsak en operativ och producerande funktion, något som går i led med ett transmissionssynsätt på kommunikation (och därmed kommunikatören) (Heide & Simonsson 2002, s. 184-185; Falkheimer & Heide 2007, s. 29). Intervjupersonerna ser den operativa och producerande funktion hos kommunikatören som högst relevant och nödvändig i den dagliga verksamheten, men menar också att rollen som kommunikator innefattar och kan bidra med mycket mer. Detta indikerar på att man vill visa på att man kan mer än att bara producera och arbeta operativt.

Trots att den producerande funktionen hos kommunikatören anses viktig, går det genom kommunikationschefernas gestaltningar att utläsa att den funktionen skiljs från den strategiska rollen. Ann Tjernström Ottestig (2002, s. 157) menar att det finns ett samband mellan ökad grad av professionalisering och den strategiska rollen för kommunikatören och dennes möjlighet att uppfattas som en ledningsfunktion. En vilja att inte endast uppfattas som en operativ och producerande roll, utan även som strategen som hör hemma i ledningen, skulle därför kunna ses i relation till ambitionen att professionaliseras som yrkesgrupp.

Kim, Joan och Noel påpekar under intervjun att titeln kommunikator istället för informatör pekar på en brytning sett till gamla förväntningar på yrket. Det är deras gemensamma uppfattning att kommunikation och kommunikator speglar deras verksamhet bättre än information och informatör, eftersom detta indikerar på tvåvägskommunikation och dialog. Noel berättar att eftersom de inom kommunikationsverksamheten arbetar med flera olika kommunikationsvägar, vilka de för dialog, informerar men också marknadsför genom, blir begreppet kommunikation mer relevant att tala om. Detta bör naturligt följas av titeln kommunikator. Kim resonerar kring hens avdelnings och medarbetares titelomvandling:

”Informatören, det är ganska... Det är ingen enhetlig titel. Inom informatören inbegrips mycket administrativt och just detta, information, att det går en väg. Men kommunikation går ju flera vägar, dialog... Både sända och ta emot, så det är en bättre avspegling, som vi såg i titelförvandlingen.” (Kim, s. 4)

Som kommunikationscheferna pekar på kan titeln eller titelbytet ses som en markering av en ny epok inom yrkesfältet. Men kommunikatorscheferna är också medvetna om att titeln inte av sig självt gör, eller gör om, uppfattningarna om yrket. Innebörden måste förankras i organisationen. Det får inte bara blir ett byte av benämning på en

medarbetare utan att omgivningen, men även de egna kommunikatorerna som bär namnet, förstår vad detta innebär. Precis som kommunikationscheferna, lägger Heide och Falkheimer (2007, s. 39) olika betydelse i titlarna informatör och kommunikator. Författarna menar att informatören till stor del arbetar med de tekniska funktionerna, som att till exempel skriva artiklar och uppdatera webben. De arbetar taktiskt i det dagliga. Kommunikatören knyts däremot till den strategiska funktionen, denne planerar verksamheten och hanterar kommunikationsprocesserna knutna till kärnverksamheten i organisationen. Utifrån författarnas redogörelse innebär titlarna därmed olika ansvar. Även om Noel menar att ändring av titlar kräver ett gediget förankringsarbete, ser hen inte att kommunikationspraktikerna i hens verksamhet arbetar på olika sätt, vare sig de kallas informatörer eller kommunikatorer. Man kan utifrån sammanhanget fråga sig vad motivet till att byta titel då är, om det kanske mer handlar om att hänga med trenden än om att förtydliga och förenkla kommunikatorens plats i organisationen.

5.2 Kommunikatören som strateg och ledningsfunktion

Precis som många forskare inom fältet, är de intervjuade kommunikationscheferna eniga om att den kommunikativa kompetensen, i form av en kommunikationschef eller en kommunikator på högre strategisk nivå, bör finnas representerad i ledningssammanhang. Intervjupersonerna menar att detta måste vara en förutsättning för att man ska kunna vara ett effektivt stöd och bidra till organisationens övergripande verksamhet. Joan ger sitt perspektiv på saken:

”För man har ofta lite resurser för kommunikation, då måste ju den kommunikatören verkligen få jobba med kommunikation. Då kan man inte göra massa andra uppgifter, som man kanske gjort innan (...) Om man låter kommunikatören vara med, då löser det sig automatiskt. Då ser man vilken vinst det är att ha med sig kommunikatören på mötet. För den har ju ett bredare perspektiv än kanske någon som sitter i ledningsgruppen och bara jobbar med en enda fråga...”(Joan, s. 4)

Joan framhåller även att detta innebär att kommunikatören kan ta ett helhetsgrepp, vilket blir ett effektivt sätt att arbeta. Det framstår som kommunikatorernas plats i ledningssammanhang uppfattas som det bästa både för den egna rollen, för att man ska kunna uppfylla sitt uppdrag, och för organisationen, eller möjligtvis för den egna rollen i organisationen. Detta indikerar på en systemteoretisk utgångspunkt, ett holistiskt synsätt, där kommunikatören ses som en del av organisationen som påverkar de andra delarna av organisationen genom att stötta den med sin expertis (Miller, K. 2009, s. 66). Med tanke på att det är det stöttande ansvaret som enar kommunikatören, bör inblick i verksamheterna som man ska stötta rimligen ses som en förutsättning för att kunna fullfölja detta ansvar.

De intervjuade kommunikationscheferna ingår alla i organisationens övergripande ledningsfunktion och upplever detta som en självklarhet för deras verksamhetsområde. Flera av dem berättar även att andra kommunikatorer i medarbetarstyrkan, de strategiska kommunikatorerna, återfinns i förvaltningarnas ledningsgrupper. Då

strategerna arbetar mycket ute i verksamheterna, är detta även för dem en förutsättning för att förstå verksamheten. Charlie uppfattar dock inte detta som en självklarhet, utan en ingång i ledningssammanhang förutsätter en kombination av att den strategiska kommunikatören har den kompetens som krävs och att förvaltningarna upplever ett behov och en förståelse för att ha kommunikatören närvarande.

”Jag tycker, om du jobbar på rätt sätt med kommunikation, vi är rätt personer på plats med likartat uppdrag, när alla är eniga om vad de ska syssla med – det är vi inte idag – då är det fullständigt givet att alla förvaltningar ska ha en kommunikationschef och att denne ska sitta i ledningsgruppen, för då blir det också en ledningsfunktion.” (Charlie, s. 8)

Love förklarar varför hen ser sin plats i ledningsgruppen och hens medarbetares platser i förvaltningarnas ledningsgrupper som nödvändiga:

”För det är på den nivån, att om man ska kunna påverka och vara ett effektivt stöd, så måste man förstå verksamheten som kommunikator. Det är det absolut viktigaste. Även om man är en jätteduktig kommunikator kommer man då ändå ge fel stöd annars.”(Love, s. 4)

Att finnas representerad i ledningssammanhang verkar inte minst vara en viktig markering för kommunikationscheferna. En plats i ledningen framstår nämligen inte endast som just en stolsplats åt en, utan även som en indikator på att kommunikatören flyttar fram sina positioner. Robin menar att detta, att ha en kommunikator på högsta nivån i organisationen, säger något om statusen på kommunikationsarbetet. Detta ger mer mandat än att sitta på en lägre ledningsgruppsnivå i organisationen, menar hen. Kim talar i samma anda, när hen berättar att hens plats i kommunens ledningsgrupp är en signal på att kommunikatören vinner mer och mer mark gällande inflytande i organisationen. Charlie anser att många kommunikatörer verkar förutsätta att de ska ta plats i ett ledningssammanhang på grund av sin roll som kommunikator, men hen menar att detta är en plats man ska visa att man kan manövrera. Man ska kunna visa att man är lämpad för det, att kunna gå från stöds- till ledningsfunktion. Vilket faktiskt inte alla har visat prov på i hens organisation, trots att de arbetar som strateger ute i verksamheterna, vilket hens citat ovan belyser.

Alla kommunikationsverksamheter som involveras i studie, gestaltade av kommunikationscheferna, visar i olika grad och form på en slags uppdelning mellan operativt och strategiskt kommunikationsarbete. Tydligaste blir detta när intervjupersonerna talar om kontakt med och tillgänglighet till verksamheterna i organisationen och vilka som anses vara berättigade en plats i ledningsgrupper.

Den vanligaste modellen rent organisatoriskt är att man är en centraliserad kommunikationsstab- eller funktion, i kombination med att det finns stationerade kommunikatörer ute i verksamheterna (ofta på förvaltningarna). Det verkar vara en

trend att samla det kommunövergripande och handgripliga arbetet centralt medan man benämner kommunikatorerna ute i verksamheten som strateger, som arbetar strategiskt tillsammans med förvaltningarna. Det är just strategerna som man anser bör finnas representerade i diverse olika ledningsgrupper, inte till exempel den grafiska formgivaren eller webbredaktören. Det blir genom kommunikationschefernas språkbruk och sätt att tala om denna uppdelning tydligt att det finns två olika sorters ansvar som kommunikator: ett strategiskt ansvar eller ett operativt, samt att det tidigare anses innefatta mer erfarenhet och större ansvar.

Noels redogörelse över hur kommunikatorerna arbetar i hans verksamhet belyser hur mening skapas kring de olika rollerna och ansvaret rollen medför:

”... vi har informationsstrateger som har en längre erfarenhet som informatörer som tar plats i ledningsgrupper, projektledningsgrupper och jobbar med strategisk årsplanering – vad det är för kommunikativa utmaningar vi har (...). Och de bär så att säga in uppdragen till oss i kommunikationsavdelningen i övrigt, då jobbar vi allt mer i team. (...) det är lite som en inhousebyrå (...)” (Noel, s. 4)

Eventuellt uppfattas den strategiska rollen som en professionalisering hos kommunikationsfunktionen och därför en roll intervjupersonen urskiljer och framställer lite mer självständig (Tjernström Ottestig 2002, s. 157). Flera av cheferna menar att samtliga kommunikatorer arbetar både operativt och strategiskt, trots detta går det att skönja vilka som i huvudsak arbetar med produktion och vilka som i huvudsak arbetar strategiskt utifrån kommunikationschefernas framställningar, vilket ovan citat exemplifierar.

5.3 Organisationens betydelse för kommunikatörens arbete och yrkesroll

5.3.1 Strategier för att hantera omgivningens uppfattning om yrkesrollen

Som jag har berättat om, delar kommunikationscheferna en vetskap om att organisationen och kommunikatorn inte delar samma uppfattning om kommunikatorns uppdrag och ansvar i alla situationer. Även fast kommunikationschefernas redogörelser talar för att man på flera fronter har kommit långt med att visa på vad en kommunikator kan bidra med till verksamheten, förekommer det fortfarande tveksamheter om hur och i vilka sammanhang kommunikatorn kan bidra.

Möjligtvis kan detta kopplas till att det ibland är svårt att visa på den konkreta nyttan av kommunikationsinsatser och kommunikatorns bidrag, då dessa ofta tar ett indirekt uttryck och märks av först i det långa loppet (Falkheimer & Heide 2007, s. 25). Dessa förväntningar, att kunna visa upp något konkret och mätbart, kan sätta tryck på kommunikatorn, vilket kan leda till att kommunikatorerna hamnar i vad Heide och Simonsson (2002, s. 184) kallar ”produktionsfällan”. Detta innebär att kommunikatorn, i jakten på att skapa någonting konkret att visa upp som resultat av vad man sysslar med, i huvudsak ägnar sig åt produktion, något som kan medföra att det strategiska

arbetet blir lidande (ibid, s. 184). Kim bidrar genom sina reflektioner med en ytterligare möjlig orsak till att organisationen kan ha svårt att förstå vad och hur kommunikatorn kan bidra:

”Man kan ju sätta personen [anm. Kommunikatör] på att göra vissa rutinuppgifter, fixa rapporter hela dagarna. Men jag menar, det kan innehålla sådana grejer som en kommunikator gör, men jag tror att endel har sett att det är saker som en administratör egentligen borde göra, inte en kommunikators uppgift. Det håller på att förändras.”(Kim, s. 5)

Kims uttryck talar för att kommunikatorn hade en mer administrativ roll tidigare, som lever kvar hos vissa än idag. Förväntningarna som funnits på den rollen finns då också kvar, trots att rollen inte är densamma. Detta kan leda till att det uppstår olika förväntningar på kommunikatorns roll och praktik.

Även om detta inte framstår som ett överhängande orosmoln, utan mer som vardagsmat, poängterar kommunikationscheferna att detta är något man måste arbeta med eftersom det dagligen påverkar förväntningarna på kommunikationsverksamheten och bidrar till uppfattningen om vad en kommunikator gör. Noel resonerar kring sådana dilemman de olika uppfattningarna om kommunikatorn kan leda till i det dagliga arbetet:

”Där behöver vi ibland vara tydliga och säga ’ detta behöver inte du sitta med, med detta kan du höra av dig till X [anm. Kommunikationstjänsten]. Då blir ju de ’wow!’ . Men det är också tillfällen när vi måste stå på oss och säga ’ vi jobbar med det kommunikativa, vi är inte de som ska lösa projektets problem eller ta hand om cheferns APT:er’ eller så. Utan vi är stödet för cheferna, att vara duktiga på kommunikation, där behöver vi också ibland förklara.” (Noel, s. 5)

Det går att utläsa flera olika slags ”strategier” som kommunikationscheferna tar till för att komma över, komma förbi och undvika att kommunikatorns och organisationens uppfattning om kommunikatorer skiljer sig åt. Love uttrycker att kommunikationstiteln är väldigt bred och därför berättar mycket lite om vad personen bakom denna titel faktiskt sysslar med. Hen menar att det definierar vad man gör men inte vilket ansvar man har, och är därför otydlig i en stor organisation med flera olika kommunikationsområden. Hen anser därför att benämningen på en kommunikator bör innefatta vilket verksamhetsområde denne är ansvarig inom, till exempel bör kommunikatorn som arbetar med webb kallas webbkommunikator. På detta sätt menar hen att kommunikatorn bättre kan förstå vad som förväntas av den, men framför allt att organisationen förstår vad man kan förvänta sig när man talar med den specifika kommunikatorn.

” (...) jag skulle ju kunna säga, ’ja jag har 70 kommunikatorer, för alla jobbar med kommunikation på olika sätt’ – men det hjälper ju inte någon. (...) eller om jag har tre

kommunikatörer, "Vad gör ni", 'en jobbar med internkommunikation, en jobbar med webb, en tredje jobbar med... ' Ja." (Love, s. 3)

Även Noel betonar vikten av att organisationens medarbetare ska kunna veta vad man kan vänta sig av kommunikatören, i samband med att hen berättar om att kommunikationsenheten gick igenom och bearbetade sitt verksamhetsuppdrag för ett tag sedan. I detta arbete ansågs det viktigaste vara att verksamheterna skulle förstå vilken nytta och kompetens enheten kunde bidra med.

Kommunikationscheferna betonar också vikten av att visa sig i organisationen i olika sammanhang. Utbildningar för chefer, för nyanställda och inom specifika områden som till exempel risker och temadagar anges som forum där kommunikationscheferna menar att de har möjlighet att sätta sin verksamhet i ett sammanhang. På detta sätt blir det möjligtvis lättare för verksamheterna att förstå hur man kan ta stöd av en kommunikator. Kommunikationschefernas redogörelser indikerar vidare på att det är lika viktigt att visa sig och ta plats i verksamheterna i vardagen, att stötta på plats och på detta sätt skapa sig en förankring med verksamheten. Något annat som kan ses som en strategi för att förtydliga och markera rollen och uppdraget är som jag ovan berättat om en plats i ledningsgruppen (se avsnitt. 6.2)

5.3.2 "Det beror väldigt mycket på den enskilda chefen och vilken kultur han eller hon sätter"

Trots att man utifrån intervjupersonernas redogörelser kan skönja strategier för att hantera olikartade uppfattningar om yrkesrollen, framstår användningen och uppfattningen av kommunikatören mer eller mindre avhängig vilken vikt organisationens ledare tillmäter kommunikation som en del av det dagliga arbetet och kommunikatören. Precis som när det handlar om andra processer, funktioner och frågor i organisationen, sätter ledare på olika nivåer många gånger agendan för hur kommunikativt stöd ska användas och hur kommunikatören ska uppfattas. Robin är en av dem som påtalar den enskilde chefens betydelse för kommunikatörens arbete:

"Det beror väldigt mycket på den enskilda chefen och vilken kultur han eller hon sätter. Vissa har fullkoll och andra använder den mer för produktion av trycksaker, produktion av text till webb och så..." (Robin, s. 2)

Det belysta scenariot indikerar på svårigheter för den enskilda strategiska kommunikatören att arbeta efter sitt uppdrag och bidra med sin kompetens fullt ut. Med ett stöttande ansvar och med verksamheten som det huvudsakliga ansvarsområdet är det dock verksamhetens behov, och inte kommunikatörens preferenser över vad den vill syssla med, som ska styra kommunikatörens arbete. Rita anser att det är viktigt att man släpps in i de olika verksamheterna för att skapa en relation med dem, för att man ska förstå verksamheterna, vilket hen menar blir möjligt genom att man "släpps in" i ledningssammanhangen. Förstår man inte verksamheterna blir man lätt en mottagare av en beställning, menar hen. Det ligger nära till hands att uppfatta Ritas berättelse som att

om man inte släpps in får man nöja sig med att arbeta utifrån beställningar på sådan tryckproduktion som Robin påtalar.

Jag har i ovan och i avsnitt 5.2 framfört att position i ledningsgruppen verkar kunna ses som en markering på kommunikätörens status, därmed som en strategi för att visa yrkets betydelse och status. Utifrån ett annat perspektiv kan detta ses som insats av ledningen i organisationen där man indirekt markerar kommunikätörens uppdrag och vikten av att kommunikation integreras i verksamheten genom att integrera kommunikätören i ledningssammanhang.

5.3.3 ” (...) Man har helt olika förväntningar om vad yrket går ut på ”

Samtidigt som organisationens ovana, okunskap eller kanske till och med ovilja kan ses som avgörande för hur kommunikätörens arbete och yrkesroll tar sig uttryck i praktiken, indikerar kommunikationschefernas berättelser även på att detta arbete ligger mycket på den enskilde kommunikätören.

Robin har tidigare arbetat i flera liknande organisationer som den hen arbetar i nu och menar att det ibland är svårt att få den förståelse för kommunikation som man förväntar sig, men att detta bara är att tugga i sig och fortsätta, att det till stor del handlar om envishet hos kommunikätören. Hen anser att kommunikätören måste vara uthållig i detta och veta vad som är viktigt att uppnå. Charlie menar att detta dilemma som kommunikätören ofta kan hamna i kan härledas till kommunikätörens självbild av yrkesrollen. Hen poängterar att det finns en uppfattning hos många kommunikätörer att man ska vara en coach till ledarna och att man ska arbeta efter teorier och planer, men att detta ibland krockar med verkligheten i organisationen, som många gånger vill ha 'doers'. Att lägga sig på en sådan nivå och förvänta sig att organisationen ska vara mottaglig för det kan det slå väldigt fel, menar hen. Hen menar därför att kommunikätören kan sätta krokben på sig själv ibland.

”(...) jag har fått höra 'vad är det för fel på min kommunikätör – den fattar ju inte?' (...) då börjar vi prata, väldigt många gånger handlar det om att man har helt olika förväntningar om vad yrket går ut på. De som är utbildade – för utbildningarna är säkert bra – men de kommer in i en verklighet som nödvändigtvis inte alls har det behovet som man är utbildad till eller den mognad eller förståelsen som krävs för att tillvarata på förmåga fullt ut.” (Charlie, s. 3)

Jag framhöll ovan (se Kap. 5.1.1) att kommunikätören kan ses som en expert i det organisatoriska sammanhanget, en expert som ger kunskap om och kan förenkla det komplexa i kommunikationsprocesser och kommunikationsinsatser. Men i egenskap av expert i det senmoderna samhället råder det också en diffus uppfattning om vad som egentligen utgör expertisen. Alexius, Furusten och Werr (2012, s. 21) menar att det kan vara mycket svårt att förstå vad en experts kompetens och kunskap innebär och består av, då det egentligen inte finns en norm för vad dennes kompetens och kunskap ska bestå av på samma sätt som det funnits för professionsgrupper. Expertens färdigheter är

mer förhandlingsbara. Författarna menar att detta minskar expertens makt att hävda sin expertis, då det inte finns någon klar definition eller ett förtroende att luta sig mot. Man måste därför vara bättre på att uppsöka just de behov man kan tillfredsställa i sin roll som expert och möjligtvis kräver detta ett mer flexibelt förhållningssätt sett till expertisområdet. (ibid, s. 21). Möjligtvis måste kommunikátören i rollen som expert i organisationen och samhället ha en mer öppen inställning till sitt område och låta detta vara mer förhandlingsbart. Om kommunikátören vill vara en expert i allas ögon, inte bara hos dem som har samma uppfattning om kommunikátörens uppdrag som man själv har, vill säga.

5.4 Yrkesfältets sammansättning

5.4.1 Två perspektiv på före detta journalister som kommunikátörer

Utifrån kommunikationschefernas berättelser går det att utläsa två relativt tydliga läger som kommunikationscheferna kan delas upp i, i diskussionen hur man ser på före detta journalister som söker yrke inom kommunikátörens yrkesfält.

Kim, Love och Noel uttrycker tydligt att de inte anser att journalister ska anställas som den vanliga sortens kommunikátör eller strategisk kommunikátör (det vill säga, inte presskommunikátör). Kim menar att detta inte är kompetensen man söker hos en kommunikátör utan att den som regel ska ha medie- och kommunikationsbakgrund, det är det kriteriet man går efter. Samtliga kommunikátörstjänster som hen har tillsatt under de senaste tre åren i rollen som kommunikationschef har också gått till personer med medie- och kommunikationsvetenskaplig utbildning. Love och Noel uttrycker sig relativt lika i denna diskussion. De menar båda att journalister inte är lämpade att arbeta som kommunikátörer, med det huvudsakliga motivet att de ju från början faktiskt har ett annat syfte än kommunikátören med sitt yrkesliv och att detta inte är så lätt att ändra på endast genom att byta arbetsgivare och titel. Love anser att journalistens granskande uppdrag är mer utav ett förhållningssätt än en arbetsuppgift, vilket kan bli problematiskt i yrkesrollen som kommunikátör:

”Som kommunikátör i ett företag eller en verksamhet har de [anm. Journalister] en helt annan roll, de ska inte vara kritiskt granskande. Många har svårt att förstå det, jobba så.” (Love, s. 5)

Intervjupersonernas redogörelser indikerar på att vissa av de journalistiska dragen sitter i även om man lämnar en yrkesroll och träder in i en ny. Det säger sig självt att detta kan bli särskilt problematiskt om dessa drag inte uppskattas och uppmuntras inom den nya arbetsrollen. Wiik (2010, s. 85) visar i sin undersökning om svenska journalisters yrkesidentitet att granskandet är det starkaste idealet och därmed det viktigaste elementet i yrkesidentiteten hos svenska journalister. Det granskande idealet hos journalister är också anledningen till att man brukar tala om journalisten som en ”vakthund” (“Watchdog”) i relation till organisationer och staten, vilket talar för att journalisten vaktar samhällsmedborgares intresse genom att ifrågasätta och granska mäktiga intressen i samhället, däribland olika slags organisationer (ibid, s. 48).

Kommunikationscheferna tycks ifrågasätta hur starkt och knutet till arbetsrollen som journalist detta ideal är, frågan framstår vara om idealet inte snarare bärs upp av personen bakom arbetsrollen journalist än endast av arbetsrollen.

Hårdraget är det andra lägret mer positiva till att journalister arbetar som kommunikatörer, det råder dock spridda röster om i vilken utsträckning och på grund av vilka orsaker. Samtliga enas om att det finns ett behov av journalistisk kompetens inom kommunikatörsbranschen, det är den minsta gemensamma nämnaren. Vissa av de drag som kommunikationscheferna verkar hänföra till journalister, och som gör dem attraktiva att anställa inom kommunikationsverksamhet, är flexibiliteten, snabbheten, nyhetsvärderingen, webbkunskaper, kunskapen att sälla och givetvis kunskap om medielandskapet. Flera av dessa drag anses journalister ha i högre grad än kommunikatörer.

Charlie menar att hen föredrar att rekrytera före detta journalister just på grund av att de har bra grundkunskaper från början, till exempel förmågan att hantera människor och att snabbt kunna göra ett komplext material förståeligt, men hen trycker även på att de är mer flexibla i sitt arbetssätt. Hen menar att kommunikatörer ofta är mycket låsta till sina teorier och planer, medan organisationen varken kan eller vill planeras in i minsta detalj. I detta avseende är journalister mer flexibla och kan anpassa sig efter den rörliga organisationen i högre grad. Rita anser absolut att journalister är lämpade för yrken som kommunikatör eftersom hen menar att även dem har utbildning inom kommunikation. Hen resonerar därmed utifrån utbildningsbakgrund och samlar kommunikatören och journalisten under samma "utbildningstak". Hens egen kommunikationsenhet rymmer dock bara en person med bakgrund inom journalistiken: presstjänsten.

Joan uttrycker sig på följande vis då vi talar om journalister som börjar arbeta som kommunikatörer:

"Jag vet inte varför det inte skulle vara positivt. För medierna är ju till för att granska samhället, det är ju mediernas uppgift, och kan man då rekrytera från dem så har man ju vunnit väldigt mycket på både på budskap och kommunikationsarbetet. För jag ser ju de som sitter här hos mig, de sällar ju direkt." (Joan, s. 5)

Även Joan belyser den granskande aspekten hos journalister, men ser detta som något som kan vändas till verksamhetens fördel och därför vara ett motiv till att anställa journalister som kommunikatörer. Oavsett hur kommunikationscheferna ser på detta drag hos journalisten, om det kan komma till nytta eller vara till besvär, går det att utläsa att Love, Noel och Joan anser att detta är ett ideal som lever kvar hos personer som arbetat inom journalistik eftersom man väntar sig att de ska ta med detta in i sitt nästa yrke. Svaret på frågan om detta är det ett ideal som bärs upp av titeln journalist eller personen bakom titeln, verkar utifrån intervjupersonernas uppfattningar vara att det bärs upp av personen som är eller har arbetat som journalist.

Journalistik har sedan länge betraktats som ett närliggande fält till kommunikatörens yrkesfält (Hård af Segerstad, 1997, s. 69-70; Ottestig Tjernström 2002, s. 163). Hård af Segerstad (1997, s. 69) menar på att detta kan kopplas till att informations- och kommunikationsarbete och journalistik delar ett par bärande element i sin yrkespraktik, det mest grundläggande är tron på att kunna påverka utvecklingen med hjälp av information. I strävan mot en professionalisering är det dock mer eller mindre praxis att försöka skilja sin roll och praktik tydligt från andra, närliggande yrkesfält (Larsson 2005, s. 32; Falkheimer & Heide 2007, s. 27).

De allra flesta av intervjupersonerna, inte endast de som anser att före detta journalister inte är lämpade för kommunikatörens verksamhet, gestaltar också fältet utifrån en professionaliseringsprocess, detta med lite olika utgångspunkter. Noel anser att jobbet som kommunikator har blivit mer tydligt i organisationer och fått mer bekräftelse de senaste tio åren, hen menar att man idag faktiskt har en god kunskapsbas och utbildningsväg att luta sig mot, något man borde ta höjd för. Även Charlie menar att kommunikationsfunktionen har gjort en rejäl resa sedan 80-talet. Hen tecknar en bild av kommunikatörens verksamhet som då bestod av att skriva det man blev tillsagd, till att idag, som en riktigt duktig kommunikator, ha ett stort ansvar att coacha andra i att förstå vad de behöver göra. Robins uppfattning av kommunikatören idag talar också för att yrkesaktören har gått från att ha en utförarroll till att bli mer utav en coach eller ett stöd inom sitt expertisområde, vilket talar för framflyttade positioner och en ökad legitimitet.

Professionsdiskussionerna urskiljs allra tydligast i diskussionen om vilka som tidigare har suttit på rollerna som kommunikatorer jämfört med idag. Kommunikatörschefernas redogörelser talar för att man börjar gå längre och längre ifrån den gamla modellen där man som till exempel administratör eller webbintresserad kunde börja syssla med information och bli titulerad kommunikator, för att man tyckte det var roligt eller ville prova något nytt. Yrkesfältet börjar röra sig ifrån den gamla internrekryteringen av kommunikatorer och gå mer mot att de som intar rollerna som kommunikatorer faktiskt har en akademisk och teoretisk utbildning att stå på, något som i högsta grad går att hänföra till en professionaliseringsprocess inom yrkesfältet. Love är en av den som menar att kommunikatorsyrket genomgår en professionaliseringsresa och syftar i detta på att man har börjat urskilja kommunikatören som egen yrkesroll.

”Men jag tycker nog att man ser att det blir en professionalisering av yrket. Tidigare kunde det vara folk från verksamheten som hade visat intresse, allt från sekreterare, till bibliotekarier till lärare. Självlärda som tyckte det var kul med webb eller så. Men nu har vi en annan professionalism, vi har människor som har denna utbildning.”(Love, s. 5)

5.4.2 ”Jag tror att blandning är det bästa”

Trots att nästan hälften av intervjupersonerna menar att personer med bakgrund som journalister inte bör anställas som vanliga kommunikatorer, har de medarbetare på sina respektive avdelningar med denna bakgrund (vilka har blivit anställda tidigare, de har

speciella kvalifikationer som inte rör journalistik m.m.). Även om inte det gäller specifikt journalistikbakgrund, antyder också intervjupersonerna att blandning sett till medarbetarnas bakgrund och kunskap kan vara det allra bästa.

Kommunikationschefernas redogörelser av den dagliga verksamheten indikerar på att organisationer idag har ett brett kommunikationsarbete, vilket inbegriper flera olika och komplexa verksamhetsområden och därmed flera olika specialkompetenser, inom till exempel webb. Med tanke på att kommunikationsenheterna ofta verkar som en central kommunikationsenhet för hela organisationens behov, förutsätter det givetvis att de ska kunna tillgodose vitt spridda kommunikationsbehov och därmed besitta de färdigheter som dessa insatser innebär. I detta avseende kan man också tänka sig att kontexten har betydelse för kommunikatörens arbete. Det bör till exempel vara en fördel att vara förtrogen med hur kommunal verksamhet ska organiseras och styras, vilket djupare kunskaper inom statsvetenskap eller förvaltning kan svara mot. Robin berättar om sin verksamhet, sett till medarbetarnas bakgrunder och kompetenser:

”Jag har jobbat, som sagt, på olika ställen, vissa har varit väldigt tunga på mkv-delen. Det har haft sina fördelar, man kan hela, från ax till limpa, vad man jobbar med, ganska mycket strategiskt med kommunikationsplaner och så där. Nackdelen är väl att man har lite svårt för fingertoppskänslan, snabba deadlines, som jag tycker att journalisten har med sig. Sen är det ju idag, ett ganska komplext område det här med digital utveckling och kanaler, då behöver man en tredje kompetens. Jag tror blandning är det bästa.” (Robin, s. 5)

Precis som Robins ord talar för ser flera av intervjupersonerna att personer med journalistikbakgrund har vissa färdigheter som är positiva på en kommunikationsenhet, som kommunikatorerna har desto mindre av. Journalister anses till exempel vara mer flexibla och snabbare på att producera text än kommunikatorer, vilket gör dem eftertraktade i de roller som kräver sådana färdigheter. Men journalister anses också arbeta utifrån ett kortsiktigt perspektiv, vilket kan krocka med kommunikatörens uppdrag att ta initiativ till och driva projekt. Möjligtvis kan detta förklara varför de strategier som intervjupersonerna berättar om uteslutande har medie- och kommunikationsvetenskaplig bakgrund och flera års erfarenhet inom kommunikatörsyrket, och varför det råder brist på kommunikatorer med en annan (i synnerhet journalistisk) bakgrund eller en mer operativ roll i dessa roller.

En annan tendens som visar på att det kanske inte är så viktigt vilken slags akademisk utbildning som man har bakom sig, är att vissa av kommunikationscheferna antyder att egenskaper och personlighet också kan vara avgörande för om de anses lämpade som kommunikatorer. Rita är en av dem som trycker på att utbildningsbakgrund inte behöver vara avgörande:

”Duktiga människor, om de är journalister eller kommunikatorer – det är inte det relevanta. Man ska ha en syn på kommunikation som är ganska så lik, man jobbar med

målgruppen och på vilka sätt jag ska uttrycka mig för att nå den. Det är mycket viktigare att man har en klok inställning och är duktig på sitt jobb än att man har exakt den ena eller den andra utbildningen.” (Rita, s. 5)

I och med att det i huvudsak är de kommunikationscheferna som är positiva till att personer med bakgrund inom journalistiken som kommunikatörer som stödjer denna tes som Ritas beskrivning representerar, går det att anta att dessa efterfrågar de egenskaper som journalister ofta besitter och den personlighet som förknippas med en journalist, som flexibiliteten, snabbheten och kompetensen att ta människor. Man kan vidare spekulera i om egenskaper till och med går före utbildningsbakgrund enligt dessa personers preferenser.

5.5 Pressfunktionen - konkretiseringen av fältens konvergens

Bortsett från hur medarbetarstyrkan ser ut i övrigt och vilken inställning den specifika kommunikationschefen har gentemot före detta journalister i kommunikatörens roller, anger kommunikationscheferna att deras verksamhets pressfunktion utgörs av medarbetare med bakgrund inom journalistik och medie. Det framstår dessutom mer eller mindre självklart att det är så det ska vara, det uppfattas som en förutsättning. Ritas svar på frågan om hen har några medarbetare med bakgrund inom journalistik belyser kommunikatörschefernas självklara inställning till att detta:

”Ja, på pressidan (...) Det är ju det normala.” (Rita, s. 5)

Möjligtvis är det självklart och normalt med all rätt: det var just journalister som anställdes som pressombud under 1950 - 60-tal, då organisationer i Sverige började få upp ögonen för informations- och kommunikationsverksamhet. Det var i huvudsak att hantera medie som det behövdes stöd i, där fann man sitt konkreta kommunikationsbehov, vilket gjorde det naturligt att vända sig till dem som arbetat inom press och medie. (Larsson 2005, s. 60-63) Utifrån kommunikationschefernas berättelser verkar denna uppfattning ännu vara rådande.

Presstjänsten eller presskommunikatören som flera av intervjupersonerna benämner den som, markeras alltså som en särskild sorts kommunikatörsroll. Dessa har andra arbetsbeskrivningar än övriga kommunikatörer och de förväntas ha journalistisk bakgrund, kunskaper om hur massmedier ska kunna hanteras och hur man ska uppnå ett önskat genomslag i medierna. Kunskaper om hur medielandskapet och redaktioner fungerar framstår också som en given kunskap.

Det är intressant att presstjänsten framställs som en sådan särskild funktion eftersom man inte verkar resonera på samma sätt vad gäller till exempel den grafiska formgivaren, som också tar plats inom kommunikationsverksamheten och kan ha en mycket gedigen kunskap inom sitt specialområde. Utifrån vad historien berättar och hur mediasamhället ser ut idag, kan man anta att presstjänsten anses ha så stor betydelse och erkänd roll i organisationer idag att den är ett undantag från övriga tjänster inom

kommunikationsverksamheten. Därför förknippas rollen med specifika arbetsbeskrivningar och därför vänder man sig till en annan yrkesgrupp vid rekrytering än vad man gör när man rekryterar en ("vanlig") kommunikatör.

För att problematisera varför journalister ses som självklara kandidater till presskommunikatörsroller kan teorin om sociala fält vara till hjälp. Sociala fält kännetecknas till stor del av att personerna som ingår i fältet håller av och skyddar sitt symboliska kapital, detta intresse är orsaken till att de samlas och utgör ett fält från början. (Broady 1991, s. 171) Det journalistiska fältet och kommunikatörsfältet kan ses som närliggande fält då dem, som jag ovan berättat, delar en tro på att kunna påverka utvecklingen med hjälp av information och kommunikation, ett mycket grundläggande element i bådas praktik. Detta är dock för allomfattande för att de ska höra till samma fält: inom båda diverse fält finns det vidare en rad principer som formar det symboliska kapitalet, som fälten absolut inte delar, till exempel utifrån vilket intresse man påverkar utvecklingen med hjälp av kommunikation.

Förmågan att förstå och hantera medierna och omvärlden kan också ses som ett intresse yrkesfälten båda delar, som de båda därför också bör vilja skydda. Men i detta avseende verkar det inte uppstå några strider mellan fälten, här tillåts man istället påverka varandras doxa, grundläggande värderingar och uppfattningar om fältets mening, -journalistens och kommunikatörens uppfattningar kan samspela, gynnas av varandra till och med (Gripsrud 2011, s.102). I detta avseende verkar inte strid mellan fälten vara ett alternativ, istället utnyttjas det gemensamma intresset. Kommunikatörens fält framstår i detta avseende som allt annat än slutet kring ett specifikt symbolisk kapital. Ensamrätten till fältets symboliska kapital, dess relativa autonomi, är därför inte särskilt stor i detta avseende (Broady 1991, s. 271). Ett rimligt konstaterade utifrån denna bakgrund verkar också vara att organisationers pressfunktion gör fältens konvergens, men även symbios, konkret.

Detta kan framstå motsägelsefullt för att man ska kunna tala om ett kommunikatörsfält. Men bortsett från att detta bryter ner autonomin, kanske detta inte är så dumt för någon av parterna i praktiken. Personer med bakgrund inom journalistiken, aktörer i det journalistiska fältet, har möjligtvis en större expertis i att hantera mediefrågor och omvärld. De har ju *varit* organisationers medier och omvärld, utgjort det som presskommunikatören ska vara specialist på. De vet därför hur olika slags information behandlas av redaktionerna, vad som går hem och hur man får det att gå hem (Koch & Obermaier, 2014, s. 2). Det framstår därför rimligt att dessa personer gör jobbet bäst och därmed bör sitta på presskommunikatörrollerna.

Detta scenario väcker dock i sin tur frågor kring professionaliseringen av kommunikatörens yrkesroll, som de flesta av kommunikatörscheferna menar pågår. Mot ovan bakgrund blir det svårt att prata om en professionalisering sett till yrkes- och studiebakgrund, när det ses som självklart att presskommunikatören består av en person med journalistisk bakgrund. Men det är i och för sig avhängigt vilka man menar

inbegrips i kommunikatörsfältet – det framstår ju som sagt inte ovanligt att skilja mellan ”vanliga kommunikatörer” och presskommunikatörer. Detta leder till frågan vilka som anses inbegripas i en eventuell professionalisering enligt kommunikationscheferna.

5.6 Flexibilitet – underlättande eller hindrande?

Det finns ett flertal färdigheter och kunskaper som kommunikationscheferna förknippar journalister med, vilka kan göra dem attraktiva i rollen som kommunikatör. Förutom kunskap om medielandskapet, är snabbhet och flexibilitet de vanligaste attributen som journalister beskrivs med, och det som anses göra dem attraktiva som kommunikatörer. Med snabbhet framstår det som att kommunikatörscheferna framför allt syftar på förmågan att snabbt kunna skapa en bra text. Med tanke på att kommuner generellt sett har många kommunikationskanaler där textproduktion är central, som intranät, hemsida, olika sorters informationsmaterial och möjligtvis olika sorters nyhetsbrev, framstår det givetvis nödvändigt att ha personer som kan producera texter, däribland nyheter, snabbt.

Flexibilitet framstår rymma fler dimensioner, det handlar delvis om flexibilitet sett till att kunna byta mellan olika sammanhang, det vill säga att kunna gå från ett specifikt kunskapsområde till ett annat. En annan dimension av flexibilitet, som Charlie uttrycker sig om (se Kap. 5.3.3), är att de kan anpassa sin verksamhet till den dynamiska organisationen i större grad än kommunikatörer. Hen anser att ständiga förändringar inom organisationer kräver flexibilitet istället för att man låser sin vid fasta mallar, något som journalister besitter i högre grad än kommunikatörer. Hen sätter sin tes i följande sammanhang:

”För ett tag sedan var jag på ett event, där satt många strategiska kommunikatörer med den bakgrunden, och jag sa att mitt önskescenario var att vi inte längre ska använda kommunikationsplaner. Kommunikatörerna höll på att avlida... (...) Sen förklarade jag närmare, men ändå, känslan ’det jag är skolad till är mycket mer viktigt än vad vi vill uppnå’. Den känslan har jag aldrig fått av en journalist.” (Charlie, s. 6)

Ovan citerad kommunikationschef belyser inte endast kommunikatörens brist på ett flexibelt förhållningssätt, utan även brist på att tänka utanför det egna yrkesfältet. Detta indikerar på en viss problematik för en kommunikatör vars huvudsakliga uppgift är att stötta en organisations verksamheter.

Det går även att utläsa i Noels spekulationer att hen belyser flexibiliteten hos personer med bakgrund inom journalistik, men utifrån en annan vinkel. Hen menar snarare att ett arbetssätt präglad av flexibilitet kan vara svårt att få ihop med organisationer, som är ganska trögrörliga. Ett flexibelt arbetssätt bör inte endast innebära flexibilitet gentemot omvärlden, utan även att man till stor grad förväntar sig flexibilitet – det är här problem kan uppstå. Hen tror att då personer med bakgrund inom medieföretag, vana vid snabba förändringar och att anpassa sig till dessa, möter stora organisationer med flera beslutsnivåer som det tar tid att förändra, blir det något av en kulturkrock. Men detta

måste räknas in som en förutsättning för arbetet för kommunikatörer i organisationer, enligt Noel.

Förmågan att vara flexibel i relation till organisationen kan därmed ses ur två perspektiv, som att det kan vara fördelaktigt och mindre fördelaktigt, som verkar säga emot varandra: är organisationer dynamiska eller trögrörliga, eller kan de vara både och? Det kanske inte finns något behov av att ta ställning till det. Utifrån ett systemteoretiskt perspektiv ses organisationer som dynamiska, som ständigt förändras eftersom de befolkas av människor som interagerar med varandra och sin omvärld, men det motsäger inte att organisationer kan vara mycket trögrörliga, som en följd av till exempel hög grad av byråkrati och hierarkier. (Jacobsson & Thorsvik 2008, s. 13)

Ur denna diskussion blir det i alla fall mycket konkret var kommunikationscheferna anser att journalisten har sina starka respektive svaga punkter som kommunikatör, och var kommunikatören är stark och respektive mindre stark. Med denna kunskap i handen handlar det om att besluta sig för vad som är svårast att gå ifrån, från vana av flexibilitet till trögrörlighet eller från vana av trögrörlighet till flexibilitet.

5.7 En gång journalist, alltid journalist?

Loves, Joans och Noels redogörelser för journalister i roller som kommunikatörer (se Kap. 5.4.1) tyder på att de anser att det granskande journalistiska draget sitter i personen som har varit journalist snarare än yrkesrollen journalist, som man lämnar vid en ny arbetsroll. Även Koch och Obermaier (2014, s. 2) problematiserar detta, i sin diskussion om journalister som tar yrken inom PR och kommunikation. Författarna menar att journalisten och kommunikatören har två helt olika agendor och intressen från början. Journalisten ska tjäna medborgarnas intresse, ett uppdrag som innebär kritisk och oberoende granskning av olika grupper, medan kommunikatören är en representant för organisationen den arbetar på, vilket innebär att den ska kommunicera till omvärlden korrekt och trovärdigt utifrån organisationens intresse. Detta utgör de respektive yrkenas kärna, och författaren spekulerar i vad detta betyder när en journalist börjar arbeta deltid eller helt byter till ett yrke inom kommunikation och PR.

Som Joans argumentation (se Kap. 5.4.1) pekar på kan detta vara till organisationens vinning, om journalisten använder egenskapen för att granska omgivningen och för att kunna förmedla välarbetade och välformulerade nyheter till medborgare eller andra intressegrupper. Men som Love och Noel trycker på kan det också ses som något problematiskt, eftersom kritisk granskning av makten, det vill säga kommunerna själva, är journalisters grundanslag och en kommunikatör ska inte vara kritiskt granskande. Det är svårt att svara på vilka konsekvenser som Love och Noel anser att detta kan leda till, men jag kan spekulera i att konsekvenserna de ser skulle kunna vara att den före detta journalisten tar en journalistisk roll inom organisationen (trots sin nuvarande roll som kommunikatör), det vill säga intar ett granskande förhållningssätt gentemot den egna organisationen, eller att man i sin tidigare roll som journalist har haft att göra med

organisationen man nu arbetar på och därför har ett visst förhållningssätt till organisationen, den nuvarande arbetsplatsen, som en annan nyanställd inte skulle ha.

Kim bidrar genom sin redogörelse om varför journalister söker sig till kommunikatörsroller med ytterligare ett förhållningssätt:

"(...)Man hör att... Man [anm. Journalisten] har bytt sida, när man går från journalist till kommunikatör – men det handlar om att man har olika yrkesroller och att man bara måste hålla ordning på yrkesrollen man har." (Kim, s. 6)

Utifrån Kims tankegångar behöver inte journalistiska drag, i detta fall det granskade draget, vara något som har inverkan på uppdraget som kommunikatör, varken negativ eller positiv inverkan. Den återkommande frågan är dock fortfarande hur mycket man som person har anammat sin yrkesidentitet.

5.8 Ambitionen att professionaliseras

Kommunikationschefernas gestaltning av sin verksamhet och kommunikatörens verksamhet över lag tyder på att man anser att yrkefältet rör sig i riktning mot en professionalisering. Tydligast blir detta som sagt i diskussionerna kring medarbetares bakgrund idag sett till förr, idag är akademisk bakgrund ett krav och medie- och kommunikationsvetenskaplig bakgrund är den mest förekommande bakgrunden, i vissa fall den bakgrund som huvudsakligen föredras.

Professionaliseringsprocessen blir även tydlig i det faktum att kommunikationscheferna menar att man får allt mer förståelse och legitimitet i sin position som kommunikatör. Man får en allt mer erkänd plats i organisationer, som en effekt av ökad förståelse för kommunikations betydelse för verksamheter. Sammantaget kan detta ses som kommunikatörsrollen blir mer definierad och erkänd.

Att professionaliseras innebär en process som är menad att leda till att yrket klassas som en profession, det vill säga mer eller mindre ensamrätt på att utöva yrket (Abbott, 1988 i Evetts, 2013 s. 5). I och med att det handlar om en process finns det ingen sista dag för när man ska ha uppnått epitetet profession, men utifrån kommunikationschefernas konstruktioner av kommunikatörens fält och yrkesroll verkar denna process kunna bli lång. Detta då en professionalisering också bör medföra en vilja att skilja sig från närliggande yrkesområden, som journalistik, att ha makten att definiera vissa arbetsuppgifter som ens egna och därmed utestänga andra yrkesaktörer från sådana arbetsuppgifter. (Falkheimer och Heide 2007, s. 27).

Trots detta indikerar kommunikationschefernas beskrivningar av fältet på att det finns behov av journalistiska kompetenser, men även andra yrkesgruppers kompetenser, inom kommunikatörens verksamhet. I frågan råder det dock två olika uppfattningar: de kommunikationschefer som anser att man bör försöka gå sin egen väg, skapa en enad

och egen yrkesgrupp, och anser att medie- och kommunikationsvetenskaplig utbildning är en bra grund att stå på till detta. Som Kim:

”Jag kan säga som så att alla de jag har rekryterat under dessa tre åren, det håller på att bli ganska många ändå, både som vikarier och annat, de har medie- och kommunikationsvetenskapsutbildning.” (Kim, s. 5)

Det finns också de kommunikationschefer som antyder att man bör utnyttja journalistiska kompetenser, det vill säga bjuda in dem som tidigare stod ”på andra sidan”. För är de inte med en så kan de faktiskt vara mot en – bokstavligt talat, då journalisters uppdrag ju är att granska samhällets institutioner och organisationer, däribland kommuner (Koch & Obermaier, 2014, s. 2). Joan reflekterar över varför personer med bakgrund inom journalistik söker sig till kommunikörstjänster:

”Det är jättevanligt. Det är väl också för att mediebranschen ser ut som den gör idag, då blir det naturligt att man söker... Då ligger väl också myndigheter och så vidare nära till hjärtat, för att jobba med de frågor man har jobbat med som journalist, tänker jag.” (Joan s, 6)

Liksom Joan uttrycker samtliga kommunikationschefer en medvetenhet om journalisters situation idag, att det beror på förändrade mediestrukturer och nedskärningar på redaktionerna, och alla anger att de känner av det tydligt, tydligast vid rekryteringsprocesser. Men Joan belyser också att det faktiskt finns goda möjligheter att utnyttja denna situation, om det nu är så att ”myndigheter och så vidare” ligger nära till hands för journalister att söka lyckan inom. Journalister vet att de har kunskaper som kan framstå attraktiva inom kommunikatörens verksamhet – det kritiska tänkandet, förmågan att förstå och producera texter snabbt och kunskap om medielandskapet och mediestrukturer (Koch & Obermaier, 2014, s. 1). Och om det då finns ett behov av detta inom kommunikatörens verksamhet, vilket samtliga kommunikationschefer *i varierad grad* anspelar på, verkar det märkligt att inte utnyttja det. Det framstår hänga på vilka ambitioner kommunikationscheferna har att ses som en enad yrkesgrupp och att genomgå en professionaliseringsprocess, samt stoltheten i att kunna se sig som en egen yrkesgrupp.

Utifrån kommunikationschefernas berättelser om sina arbetsplatser, kommunerna, framstår det dock som att det finns ett stort behov av olika sorters kommunikationskompetens, inklusive sådan som återfinns hos före detta journalister. Det verkar råda ett internt dilemma inom gruppen kommunikationschefer om det är detta behov eller kommunikatörens egna behov av att närma sig en professionsstatus som ska prioriteras.

6. Sammanfattning av resultat & analys

I följande avsnitt kommer jag kort redovisa de huvudsakliga resultaten utifrån mina två huvudfrågor.

Kommunikationschefernas framställning av kommunikatören utgår för det första mycket från den egna verksamheten, kommunikatören som man är bekant med därifrån får utgöra. Detta ger mig i stor utsträckning verklighetstroga och personliga beskrivningar, men det väcker också frågan i fall intervjupersonerna finner det svårt att utgå från någon slags generell definition av kommunikatören.

Vidare konstrueras kommunikatören som en stödjande funktion i organisationen, många gånger en ledningsfunktion vilket ledarna också kämpar med att markera rollen som. Man framhåller även att ledningsfunktionen är en viktig symbol för yrkets allt ökade inflytande i organisationens verksamhet. Samtliga ledare finns representerade i ledningssammanhang och kommunikationscheferna poängterar även att de strategiska kommunikatorerna, som arbetar ute i verksamheterna, också bör finnas representerade i dessa sammanhang. Detta anses viktigt för att man ska kunna förstå verksamheten man stöttar och inte bara bli en producent av tryckmaterial.

Samtidigt tyder kommunikationschefernas berättelser på att organisationerna ibland har svårt att förstå kommunikatörens funktion och hur man ska använda sig av denna, det råder fortfarande tveksamheter kring vad en kommunikator ska göra. Detta kan ibland leda till att organisation och kommunikator har olika uppfattningar om kommunikatörens uppdrag. Kommunikationschefernas berättelser vittnar om strategier som kommunikationsenheterna använder för att hantera denna osäkerhet, vilket till exempel kan vara att man har väldigt noggrant specificerade titlar på kommunikatören.

Kommunikationsverksamhet i dagens organisationer framställs som ganska komplext och att det kräver en rad av olika kompetenser, däribland journalistisk kompetens. Detta återspeglas i de flesta fall i vilka kompetenser och utbildningsbakgrunder som finns representerade på de kommunikationsenheterna som kommunikationscheferna talar utifrån. Flera av kommunikationscheferna påpekar just att en blandning sett till medarbetarnas kompetenser och utbildningsbakgrunder därför är det bästa, samt att journalisten har en given plats i denna blandning. Samtidigt menar övriga kommunikationschefer att medie- och kommunikationsvetenskaplig bakgrund hos kommunikatorer bör vara regel och att journalistbakgrund knappt bör vara undantag. Möjligtvis ser dessa kommunikationschefer detta som det rätta utifrån ambitioner att skilja och utmärka kommunikatörens kommunikationsverksamhet, därmed undvika ytterligare konvergens med det journalistiska fältet.

Det är dock flera egenskaper eller drag som kommunikationscheferna beskriver personer med bakgrund inom journalistiken med, som gör dem attraktiva som kommunikatorer. Kunskap om medierna, snabbheten och flexibiliteten beskrivs som egenskaper som kan komma till stor nytta i kommunikatörens arbete. Samtidigt är man

mycket medveten om hur situationen ser ut för journalister idag, därmed även om att det finns många journalister som gärna skulle ta ett jobb som kommunikatör. I vilken grad detta utnyttjas framställs bero på vilken inställning kommunikationscheferna har till sitt yrkesfält och vilka ambitioner man har att klassas som ett enat och eget yrkesfält.

7. Resultatdiskussion

Detta kapitel ägnas åt att diskutera de viktigaste slutsatserna från kapitel 6, resultat & diskussion. Kapitlet avslutas genom en redovisning av slutresultaten, där jag kort och koncist besvarar mina frågeställningar.

Utifrån kommunikationschefernas gestaltning av kommunikatörens yrkesfält framstår yrkesrollen som ett mycket viktig stödande roll till verksamheten, en expert utifrån ett kommunikationsperspektiv. Det finns klara ambitioner från ledarnas sida att befästa bilden av kommunikatören som en ledningsfunktion, vilket i många fall lyckas: samtliga kommunikationschefer anger att de finns representerade i ledningssammanhang vilket de upplever att hela organisationen uppfattar som självklart. Detta verkar inte minst vara en viktig signal om kommunikatörens betydelse möjlighet att bidra och professionalisering till övriga verksamheten (Ottestig Tjernström 2002, s.157).

Möjligtvis stannar detta ibland vid att vara just en signal. För trots framflyttande positioner, går det utifrån kommunikationschefernas konstruktion av kommunikatören i organisationen att urskilja svårigheter att få gehör och förståelse för kommunikatören och dennes praktik. Det råder fortfarande meningsskiljaktigheter och frågetecken kring hur kommunikatören ska användas och kommunikationschefernas berättelser indikerar på att kommunikatören ännu idag kan antas vara den som håller anteckningar under ett möte eller huvudsakligen sysslar med trycksaksproduktion, det vill säga ett transmissionssynsätt på kommunikation, där kommunikatören reduceras till att vara den som samlar in information och ordnar en kanal att transportera den via (Heide & Simonsson 2002, s. 182-184). De framsteg som kommunikatören som yrkesroll har gjort under sin resa framhålls och anses mycket viktiga för en professionalisering, men bakom dessa skymtas svårigheter att få legitimitet i organisationen, i de mest vardagliga situationerna. Utifrån denna bakgrund uppdragas en bild av att kommunikatörens självuppfattning skiljer sig från den övriga organisationens uppfattning om kommunikatören. Kommunikationscheferna har vetskap om detta, vilket möjligtvis förklarar varför man ser en plats i ledningsgruppen som en så viktig symbol.

Vetskapen om att detta är fallet blir även synlig genom de strategier som går att utläsa ur kommunikationschefernas beskrivningar. Strategier som används för de mest vardagliga sammanhangen kan hänföras till en ambition att befästa och förankra rollen, förtydliga rollen för den övriga organisationen och markera en expertis. En sådan simpel sak som att varje kommunikator ska ha en titel som säger vad dennes ansvarsområde är, är en sådan strategi.

Parallellt med att förankra rollen, skvallrar kommunikationschefernas redogörelser för kommunikatorernas ambitioner att professionaliseras, både indirekt och uttryckligen. Det finns en utbredd vilja att "akademisera" yrkesrollen och införa ett teoretiskt förhållningssätt hos kommunikator, vilken slags akademisk utbildning verkar i vissa fall mindre viktigt medan andra av kommunikationscheferna framhåller att kommunikatorer

ska ha en medie- och kommunikationsvetenskaplig utbildning, vilket kan uppfattas som steg i en professionaliseringsprocess (Abbott, 1988 i Evetts, 2013 s. 5).

Kommunikatörens väg från producent till coach framhålls som ännu tecken på en professionalisering av yrkesrollen.

Trots detta tyder ett behov av olika sorts yrkeskompetens och utbildningsbakgrund på oenigheter om vilka som ska inbegripas i denna professionaliseringsprocess. Väl i verksamheten, i praktiken, framstår det vara verksamhetens behov snarare än kommunikatörens ambitioner att professionaliseras och erhålla makten kring det egna verksamhetsområdet som styr graden av enhetlig bakgrund och professionalism hos kommunikatorspraktikerna. Då det därtill råder olika uppfattningar om professionaliseringsambitioner ens är relevanta framstår det svårt att försöka gå den vägen, eftersom professionaliseringsprocessen ska ske utifrån ett macroperspektiv. Den individuella kommunikatören kan inte själv professionaliseras – det ska vara ett ”beslut” som hela fältet tar enade och tillsammans. (Ottestig Tjerström 2002, s. 156)

Det kan framstå mer gynnsamt att se kommunikatören i ljuset av expertbegreppet, vilket kommunikatören i organisationen också framhålls som. Vi behöver experter i dagens samhälle som bistår oss med kunskap vi inte själva har, precis som organisationernas medarbetare behöver kommunikatörens expertis utifrån ett kommunikativt perspektiv (Alexius, Furusten & Werr 2012, s. 271). Denna expertgrupp kan göra mycket stora skillnader för dagens organisationer, då dessas kompetenser mycket väl kan vara lösningen på organisationers tillits- och relationsproblem (Falkheimer 2002 s, 27).

Expertens kunskapsbas är dock mycket mer ostandardiserad och situationsbunden, än aktören som ingår i en profession. Detta innebär att experten inte har någon ensamrätt på sin expertis och att expertisen är tillräckligt odefinierad för att kunna ta olika former. Detta möjliggör också att expertens expertis kan bestå av flera olika kompetenser och verksamhetsområden, som kommunikatorsrollen tycks göra idag. (Alexius, Furusten & Werr 2012, s. 21) Och precis som experten i dagens senmoderna samhälle, framstår kunskaperna och kompetensen som knyts till kommunikatören även i fortsättningen svårdefinierade, vilket medför att det är dem som vet vad experten gör som har företräde till dennes stöd alternativt måste kommunikatören låta sitt expertisområde bli mer förhandlingsbart (ibid, s. 21).

Utifrån perspektivet på kommunikatören som en expert blir det också mer förståeligt varför personer med bakgrund inom exempelvis journalistik kan anses vara attraktiva som kommunikatörer. Personer med bakgrund inom journalistiken uppfattas i flera avseenden passande som kommunikatörer, utifrån kommunikationschefernas perspektiv. Det finns ett behov av duktiga skribenter och av personer som är kan mediernas villkor och strukturer. Och kommunikationscheferna är fullt medvetna om att behovet går att fylla; kommunikationschefernas uttalanden vittnar om att arbetsansökningar adresserade från före detta journalister har ökat markant och de vet mycket väl att PR och informationsverksamhet är det vanligaste yrkesområdet som

personer som lämnar journalistyrket söker sig till (Nygren 2010, s. 36-39). Dessa personer är troligtvis också bättre skribenter och har mer och djupare erfarenhet av mediernas strukturer än många andra med medie- och kommunikationsvetenskaplig bakgrund. Ändå är kommunikationscheferna inte entydiga i hur de känner för att blanda in journalister i verksamheten.

Medan det journalistiska fältet under lång tid har kunnat ses som ett närliggande fält till kommunikatörens, framstår det utifrån intervjupersonernas redogörelser som fälten har konvergerat ytterligare. Även om de under lång tid har stridit om vissa viktiga intressen, till exempel att styra den rådande bilden av verkligheten, framstår det nu som att fälten öppnar upp sig gentemot varandra. De närmar sig inte bara varandra utan det framstår som att aktörer från det ena (journalistiska) fältet träder in i det andra (kommunikatörens fält). Detta kan leda till att de värderingar och uppfattningar som ryms inom kommunikatörsfältets förändras; fältets doxa kan komma att förändras, därmed kommunikatörens uppfattning om vad som är "best practise". Detta skulle i sin tur kunna påverka hela organisationers uppfattning om kommunikatörens yrkesfält och yrkesroll. (Broady 1991, s. 271; Gripsrud 2011 s, 102-103)

Alla journalistens egenskaper framställs dock inte som positiva av kommunikationscheferna och man likställer inte sin praktik med journalistens. Det går också att utläsa en viss stolthet i och vilja att utmärka sig som kommunikator utan att involvera en yrkesgrupp som sedan länge "stått på andra sidan" eller som anses ha ett grundläggande förhållningssätt som skiljer sig helt från kommunikatörens, det vill säga det granskande idealet. För öppnas fälten upp helt mot varandra förlorar kommunikatörsfältet också den relativa autonomi som man har skapat kring sin kommunikatörsverksamhet, den ensamrätt som man faktiskt har till sitt symboliska kapital. (Broady 1991, s. 271)

Utifrån min tolkning av kommunikationschefernas konstruktion av kommunikatörens yrkesfält och utifrån det rådande medielandskapets prognoser tror jag att vi kommer att se en ytterligare konvergens mellan det journalistiska fältet och kommunikatörens fält, i meningen att journalisten kommer att träda in i rollen som kommunikator. Kommunikatören och journalisten kan därför komma att leva i symbios i ytterligare ett avseende. Jag tolkar dock mina resultat som att det är mycket upp till den specifika kommunikationschefen och den specifika organisationen hur man ställer sig till en sådan konvergens i sin verksamhet. Ställningstagandet framstår i flera fall som avhängigt hur man ser på kommunikatörsfältets funktion och professionalisering, men framför allt spelar det organisatoriska sammanhanget in. För trots kommunikatörens ambitioner att urskilja kommunikationsverksamhet från journalistisk verksamhet, och all annan yrkesverksamhet med, är kommunikatören i slutändan en del av organisationen som kommunikatören ska stödja genom sin expertis. Då bör det slutliga behovet att tillfredsställa vara organisationens, inte yrkesfältets aktörer.

Slutresultat

1. Hur framställs kommunikatörens yrkesfält idag utifrån kommunikationschefers perspektiv?

Intervjupersonerna framställer kommunikatören som en yrkesaktör med en nyckelkunskap i organisationen. Detta är kunskap som blir allt viktigare för organisationer vilken gör att kommunikationscheferna ofta ser kommunikatören som en ledningsfunktion. Samtidigt är yrkesfältet svårt att definiera och yrkesaktörer har i vissa avseenden svårigheter att vinna gehör för sin nyckelkunskap, organisationen och kommunikatören själv delar inte alltid samma uppfattning om yrkesrollen. Detta gör kommunikatören till en svårlegitimerad expert.

2. Vad kan utläsas som bidragande faktorer till att andra yrkesaktörer än kommunikatörer antas till kommunikatörstjänster, utifrån intervjupersonernas konstruktioner, och hur skapar man utifrån detta faktum mening inom yrkesfältet?

Anledningen till att yrkesaktörer som journalister återfinns i yrkesrollen kommunikatör eller finns i åtanke vid rekrytering av kommunikatörer, framstår bero på att yrkesfältet är relativt svårt att definiera och avgränsa. Detta medför också att det är svårt att definiera precis vilka personer, med vilken yrkes- och studiebakgrund, som ska inta dessa yrkesroller. En ytterligare anledning till att detta är fallet är kommunikatörens yrkeskompetens i organisationstypen kommuner är mycket bred, det finns ett behov av många olika slags kompetenser. Vissa av dessa kompetenser verkar personer med bakgrund inom journalistik besitta. Journalisters inträde i roller som kommunikatör legitimeras därmed av kommunikationscheferna utifrån organisationers behov.

8. Referenslista

Litteraturhänvisningar

Alexius, S, Furusten, S & Werr, A. (2012). *Expertsamhällets organisering: okunskapens triumf?* 1. uppl. Lund: Studentlitteratur

Brante, T (2014). *Den professionella logiken. Hur vetenskap och praktik förenas i det moderna kunskapssamhället*. Stockholm: Liber AB.

Broadly, D. (1991). *Sociologi och epistemologi: om Pierre Bourdieus författarskap och den historiska epistemologin*. 2., korr. uppl. Stockholm: HLS (Högsk. för lärarutbildning)

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber

Evetts, J (2013) "Professionalism: Value and ideology". *Current Sociology Review*. Vol. 61: 778-796.

Falkheimer, J & Heide, M. (2008). *Strategisk kommunikation en bok om organisationers relationer*. Enskede: TPB

Falkheimer, J & Heide, M. (red.) (2011). *Strategisk kommunikation: forskning och praktik*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur

Falkheimer, J (2002) "Framväxten av Public Relations i det senmoderna samhället" I Larsson, L (red.): *PR på svenska: teori, strategi och kritisk analys*. Lund: Studentlitteratur

Falkheimer, J & Heide, M. (2014) "From Public Relation Strategic Communication in Sweden. The Emergence of a Transboundary Field of Knowledge". *Nordicom Review*. Vol. 35: 123-128.

Fröhlich, R, Koch, T & Obermaier, M (2013). "What's the harm in moonlighting? A qualitative survey on the role conflict of freelance journalists with secondary employment in the field of PR". *Media, Culture & Society*. Vol. 35: 809–829.

Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity press

Giddens, A & Sutton, P W. (2014). *Sociologi*. 5., Rev. och uppdaterad upplaga. Lund: Studentlitteratur

Gripsrud, J. (2011). *Mediekultur, mediesamhälle*. 3., [bearb.] uppl. Göteborg: Daidalos

Heide, M & Simonsson, C (2002) "Informatörer som kommunikationsexperter?" I Larsson, L (red.): *PR på svenska: teori, strategi och kritisk analys*. Lund: Studentlitteratur

Hård af Segerstad, P. (1997). *Från språkrör till strateg: informationsfunktionens utveckling och informatöryrkets professionalisering*. Uppsala: Institutet för personal- och företagsutveckling (IPF)

- Koch, T & Obermaier, M (2014) "Blurred lines: German Freelance Journalists with Secondary Employment in Public Relations". *Public Review*. Vol. 40: 473-482
- Kristensen, N. N. (2010) "Nice to have – or need to have? The Professional Challenges of the Communication Sector". *Nordicom Review*. Vol. 31: 135-150
- Jacobsen, D I & Thorsvik, J. (2008). *Hur moderna organisationer fungerar*. 3., [rev.] uppl. Lund: Studentlitteratur
- Ladendorf, M. (2012) "Freelance Journalists' Ethical Boundary Settings in Information Work". *Nordicom Review*. Vol. 33:83-98
- Larsson, L. (2005). *Upplysning och propaganda: utvecklingen av svensk PR och information*. Lund: Studentlitteratur
- Miller, K. (2009). *Organizational communication: approaches and processes*. 5. ed Belmont, CA: Thomson/Wadsworth
- Nohrstedt, S A. (2000) "Kommunikationsproblem i samband med katastrofer och allvarliga samhällsstörningar" I Lidskog, R, Nohrstedt, S A & Warg, L E (red.) (2000). *Risker, kommunikation och medier: en forskarantologi*. Lund: Studentlitteratur
- Nord, L & Strömbäck, J. (red.) (2012). *Medierna och demokratin*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Nygren, G & Carlsson, A. (2008). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Nygren, G (2010) *Journalist och sen då? En undersökning av vilka som lämnar journalistförbundet och varför*. (Publikation 2010:11) Södertörns högskola, Institutionen för kommunikation, medier och IT.
- Ottestig Tjernström, A. (2002) "Professionalisering inom PR-branschen?" I Larsson, L (red.): *PR på svenska: teori, strategi och kritisk analys*. Lund: Studentlitteratur
- Weick, K E & Sutcliffe, K M. (2005) "Organizing and the Process of Sensemaking". *Organization Science*. Vol 16: 409-421
- Wiik, J. (2010) *Journalism in Transition. The Professional Identity of Swedish Journalists*. Diss., JMG Department of Journalism, Media and Communication University of Gothenburg

Webbsidor

Kommungruppsindelning, Sveriges kommuner och Landsting. Hämtad: 2/3 2015.
<http://skl.se/tjanster/kommunerlandsting/faktakommunerochlandsting/kommungruppsindelning.2051.html>

Tryckfrihetsförordningen, Sveriges Riksdag (exempel på plats där den är tillgänglig)
Hämtad: 20/5 2015.
http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Tryckfrihetsforordning-19491_sfs-1949-105/

Bilagor

Bilaga A

Urvalsram: Tabell kommungruppsindelning

Avbild av delar av tabell från Sveriges Kommuner och Landstings kommungruppsindelning (se nästa sida).

Original i Excelformat.

Tabellen återfinns i sin helhet via författaren eller via länk:

<http://skl.se/tjanster/kommunerlandsting/faktakommunerochlandsting/kommungruppsindelning.2051.html>

Kommunkod	Kommun	Kommungrupp	Kommungrupp, namn
0181	Södertälje	3	Större städer
0380	Uppsala	3	Större städer
0480	Nyköping	3	Större städer
0484	Eskilstuna	3	Större städer
0580	Linköping	3	Större städer
0581	Norrköping	3	Större städer
0680	Jönköping	3	Större städer
0780	Växjö	3	Större städer
0880	Kalmar	3	Större städer
1080	Karlskrona	3	Större städer
2181	Lund	3	Större städer
1283	Helsingborg	3	Större städer
1290	Kristianstrand	3	Större städer
1293	Hässleholm	3	Större städer
1380	Halmstad	3	Större städer
1383	Varberg	3	Större städer
1485	Uddevalla	3	Större städer
1488	Trollhättan	3	Större städer
1490	Borås	3	Större städer
1496	Skövde	3	Större städer
1780	Karlstad	3	Större städer
1880	Örebro	3	Större städer
1980	Västerås	3	Större städer
2080	Falun	3	Större städer
2180	Gävle	3	Större städer
2281	Sundsvall	3	Större städer
2284	Örnsköldsvik	3	Större städer
2380	Östersund	3	Större städer
2480	Umeå	3	Större städer
2482	Skellefteå	3	Större städer
2580	Luleå	3	Större städer

Bilaga A

Intervjuschema

Mitt eget underlag, med anteckningar, för intervjuer med kommunikationschefer.

- **Din bild av en kommunikatör, vad innefattar bilden.** (attribut, ansvar och arbetsuppgifter)
- **Den samlade kommunikationsverksamheten i organisationen** (vad gör kommunikatören i verksamheten - arbetsuppgifter och -insatser, strategiskt/taktiskt/operativt arbete, hur är man organiserade: sammansatt enhet (funktionsbaserad- centraliserad) eller spridd (marknadsbaserad), ambitioner hos avdelningen, inflytande i den övriga organisationen)
- **Medarbetarnas erfarenheter och kvalifikationer** (yrkes- och studiebakgrund bland kommunikatörerna)
- **Erfarenhet av journalister i verksamheten/- som kommunikatörer**
- Ja: I vilken utsträckning – hur många och med vilken huvudsaklig syssla? Hur gick rekryteringen till? Var personens bakgrund av betydelse - på vilka grunder anställdes personen – vilka kompetenser och egenskaper är attraktiva? Vilka kompetenser och egenskaper är särskiljande för personer med bakgrunden?
- Nej: Uttalad orsak till att man inte har haft det? Har man haft sökande – i vilken utsträckning? Skulle det finnas några fördelar med detta - områden där det skulle vara fördelaktigt?
- Förändringar i söktryck och behov –
 - a) är det fler med bakgrunden nu än för exempelvis tre-fem år sedan som söker yrken som kommunikatör?
 - b) Har verksamhetens behov av f.d. journalister och kompetensen de står för förändrats, blivit större eller mindre, de senaste åren?