

Mälarens Vattenvårdsförbund – MVVF:

## Reflektioner om projekt för Kommunikationsstrategi

### 1. Kommunikationens fyra huvudtyper

All information och kommunikation har att förhålla sig till de grundläggande strukturella förutsättningarna. De gäller i alla sammanhang, oavsett om det gäller MVVF eller inte.

1. Objekt-kommunikation. Det syftar på produktens eller tjänstens egen förmåga att kommunicera. I det här fallet gäller det Mälaren i sig. Sjön Mälaren är resultat av att vatten rinner till och bildar den sjö som kallas Mälaren. "Objektet Mälaren" utgörs av såväl sjön som hela tillrinningsområdet, ett synsätt som stöds av de nya stadgarerna. Objektet Mälaren kommunicerar en mängd saker, inte minst estetik – natur- och skönhetsupplevelser. Och det levererar en mängd tjänster, allt från dricksvatten till sjövägar.
2. Styrd kommunikation. Det syftar på sändarens (MVVF) aktiviteter för att skapa relation till, tillhandahålla information om, samt skapa möjligheter till kommunikation om objektet Mälaren.
3. Ostyrd kommunikation. Det syftar på människors sociala spridningsmönster, snack, djungeltelegraf. Utvecklingen av internet och sociala media har i grunden förändrat relationerna mellan styrd och ostyrd kommunikation. Exempel: på facebook kan MVVF lägga ut (styrd) information, men kanalen gör det möjligt för följare att fritt kommentera och debattera informationen.
4. Distributiv kommunikation. Det syftar på den fysiska tillgängligheten och kvaliteten på objektet. Mälaren är ju ett något annorlunda objekt, i den bemärkelsen att det är naturen själv som skapat och skapar henne. Alla tillsammans måste vi vidmakthålla och helst öka hennes förmåga att leverera sina tjänster. MVVF:s roll är att genom information och kommunikation bidra till Mälarens ökade förmåga.

### 2. Kommentarer utifrån kommunikationens fyra huvudtyper

Nedan har jag kopierat och klistrat in formuleringar från Ingrid Hägermarks mejl 151120. Lagt dem under respektive huvudtyp. En huvudtyp är inte en "sluten box", det finns en naturligtvis en relation till de övriga tre huvudtyperna.

#### Objekt-kommunikation

- Våra viktigaste målgrupper.
- Viktiga och fungerande kanaler för kommunikation och information

Kommentar: Vem kan "hjälpa" Mälaren att kommunicera sina värden? Troligen såväl MVVF som dess medlemmar och presumtiva medlemmar. Vilka är dessa värden? Är detta en fråga väl så viktig som att ge kunskapsunderlag och att främja vattenvårdande insatser?

## **Styrd kommunikation**

- En plan för en aktivt driven kommunikation/information i syfte att påverka, där vi lägger en tidsplan på vilka frågor vi ska driva under några år framöver, kanske gärna kampanjvis så vi inte tar allt samtidigt.
- De viktigaste frågorna som rör vattenvård som förbundet behöver kommunicera kring och bevaka.
- Våra viktigaste målgrupper.
- Viktiga och fungerande kanaler för kommunikation och information.

**Kommentar:** För varje prioriterad fråga är olika frågor viktiga: Vad vill MVVF uppnå i denna fråga? Vilken eller vilka målgrupper bör prioriteras i denna fråga? Genom vilken eller vilka kanaler når vi denna eller dessa målgrupper?

## **Ostyrd kommunikation**

- Det är också viktigt att medlemmarna i Mälarens vattenvårdsförbund får så mycket nytta som möjligt av den verksamhet som förbundet bedriver. Därför bör medlemmarnas behov av information och kommunikation i olika former till olika målgrupper vara styrande för hur information och kommunikation i förbundet utformas.
- Våra viktigaste målgrupper.
- Viktiga och fungerande kanaler för kommunikation och information.

**Kommentar:** Till ostyrd information och kommunikation hör också den verksamhet i dessa avseenden som MVVF:s medlemmar bedriver. Några frågor: Hur kan MVVF underlätta för dess medlemmar? Vilka är medlemmarnas målgrupper? Vilka kanaler fungerar bäst för våra olika medlemmar?

## **Distributiv kommunikation**

- Det har tidigare utförts samt pågår nu många mycket intressanta undersökningar och provtagningar i Mälaren. Att komma åt information om dem och resultat från dem är inte alltid så lätt.
- Det vore lämpligt om Mälarens vattenvårdsförbund med sin hemsida kunde bli den samlande kraften omkring Mälaren när det gäller vattenvårdsfrågor. Vattenvårdsförbundets hemsida borde kunna utvecklas till en informationsportal där alla kan få kunskap om hur Mälaren mår idag och miljötilståndet tidigare, vilka undersökningar och provtagningsprogram som finns för Mälaren – inte enbart våra egna – samt vart man ska vända sig om man vill söka kontakt i olika vattenfrågor som rör Mälaren. Även annan information kan vara väsentlig att ha med för att stödja vattenvårdsarbetet i Mälaren.
- Våra viktigaste målgrupper.
- Viktiga och fungerande kanaler för kommunikation och information.

**Kommentar:** Mycket av dagens informationsdistribution sker genom (kanaler) webb och sociala medier. Mycket här gäller IT-teknik och tekniska lösningar för att skapa tillgänglighet. Både för att komma åt information, men också för att diskutera information.

### 3. Process för att utveckla MVVF:s informations- och kommunikationsstrategi

- Jag tänker mig att arbetet ska ske i dialog med medlemmarna, styrelsen och att vi har en särskild projektgrupp som bildas just för detta. Vi har ju satt samman en särskild projektgrupp för att ta fram det nya, reviderade miljöövervakningsprogrammet. Det är många från den "vanliga" arbetsgruppen med, men även flera andra som är med i den gruppen, som tillhör medlemsorganisationerna och som har just miljöövervakning som specialitet. Som jag sa på telefon, tänker jag mig några direkta möten med medlemmarna under 2016. Kanske en gemensam workshop också?

Kommentar: Det kan säkert finnas fler frågor, men de som jag formulerat under avsnitt två ovan bör finnas med i projektet. Jag betraktas snarast dessa medlemsmöten som workshops. Projektgruppen skulle kunna fungera som styrgrupp/referensgrupp. En projektgrupp förutsätter att övriga medlemmar förutom projektledaren har en praktisk funktion i projektarbetet. Jag tror att det praktiska arbetet kan utföras av en projektledare ensam – någon eller ett par personer ur referensgruppen kan närvara på workshopparna.

Nu får vi ju också in arbetet med åtgärder i stadgarna och förbundet, så det vore bra att ha med Mälaren – en sjö för miljoner mer aktivt i arbetet med den här strategin också.

Kommentar: I projektsammanhang brukar man ju prata om "andra projekt som berör eller kan påverka". Jag har just nu ingen definitiv uppfattning om det bör vara integrerat i projektet eller relaterat. Mitt bud är dock att det ska vara integrerat, eftersom det är en så tydlig ambition. Dessutom kommer det att påverka MVVF oavsett vad som händer med det. Det är ett typexempel på ett projekt som MVVF jobbar med att skapa opinion för.

// 151124 Anders Karpesjö