

Studiehandledning Intensivkurs

Glädje Kreativitet KOMMUNIKATION



**Boken Glädje Kreativitet Kommunikation 2022
kan beställas från de stora internetbokhandlarna
som pocketbok eller ebok**

**Den här studiehandledningen inkl presentationsmaterial
är kostnadsfri och kan laddas ner från
https://gkkommunikation.se/?page_id=25**

**Mosebacke Ord i Utveckling
<https://gkkommunikation.se/>
evamarie.tornstrom@mosebackeord.se**

©EvaMarie Törnström 2023

Innehåll

Inledning

Till dig som är kursledare

Träff 1: Vad vill vi uppnå?

Träff 2: Kommunikation i och runt organisationen

Träff 3: Aktiviteter, kanaler och modeller

Träff 4: Skattkistan

Träff 5: Kommunikationsplanering

Träff 6: Hur går vi vidare?

Inledning

Det här är en intensivkurs i kommunikation för såväl chefer som medarbetare på alla nivåer. Den fungerar för ledningsgruppen, styrelsen, arbetsgruppen eller föreningen.

Syftet är att deltagarna tillsammans ska utveckla det interna samarbetet mellan olika människor, roller och positioner, något som sällan följer det administrativa organisationsschemat. Människor utbyter nämligen information med varandra i ofta osynliga flöden, i olika riktningar och på olika sätt.

För att detta ska fungera behövs inte bara förståelse för organisationens målsättningar, utan också en samsyn mellan de olika medarbetarna kring hur deras sinsemellan olika roller och kompetenser bidrar. Det kan också finnas mer eller mindre osynliga fördomar som ligger bakom missförstånd. Exempelvis händer det att kommunikatorers kompetens underskattas och därmed inte används fullt ut.

Kurslitteratur

Kursen baseras på boken *Glädje, Kreativitet Kommunikation 2022* av EvaMarie Törnström. Den kan beställas från samtliga stora internetbokhandlare i både pappers- och eboksformat.

Hur lång är kursen?

Kursen omfattar sex mötestillfällen om ca 1-1,5 timmar en gång i veckan. Den tar alltså cirka 1,5 månader att genomföra. Mellan träffarna förväntas deltagarna läsa valda avsnitt i kurslitteraturen.

Varför arrangera en kurs?

Den här studiehandledningen fokuserar på att förbättra kommunikationen inom och runt din organisation, och kan samtidigt ge synergieffekter inom andra områden.

Rapporten ”Den kommunikativa organisationen” som kom 2019 är en sammanfattning av ett flerårigt forskningsprojekt vid Lunds universitet. Den lyfter sju praktiska steg som samtliga kan adresseras via den här kursen:

1. Utveckla synen på kommunikation
2. Ompröva värdeskapande, mål och mätning
3. Reflektera över kommunikatorers kompetens, placering och uppdrag
4. Skapa ett öppet kommunikationsklimat som skapar tillit
5. Sätta ledningens kommunikation på kartan
6. Hjälpa chefer i deras kommunikation - skapa en modernare intern kommunikation
7. Stötta medarbetarna i deras kommunikativa uppdrag

Så här kan du använda studiehandledningen

Du som har valt att arrangera den här kursen har stor hjälp av de föreslagna frågeställningarna och den tillhörande presentationen.

Titta igenom materialet inför de olika träffarna. Du har troligen en uppfattning om var inom din organisation som det kan finnas andra problem som behöver adresseras, eller om det är möjligt att hoppa över vissa områden som inte är tillämpbara eller intressanta just nu.

Tänk dock gärna efter en gång till om du planerar att ta bort ett specifikt område. Även om det är något som du själv anser vara mindre viktigt kan det hända att andra kursdeltagare har andra kunskaper eller tankar om ämnesområdet. Det kanske är just inom det här området som vi får de allra bästa och mest givande diskussionerna!

Till dig som är kursledare

Många som arrangerar den här kursen är chefer, ledare, kommunikatörer eller HR-specialister som på detta sätt vill kickstarta arbetet med att utveckla sin organisations kommunikation.

Som kursledare behöver du inte vara specialist inom området. Det viktiga är att starta en positiv dialog som bidrar till att skapa utveckling, samsyn och gemensam mening.

Jag hoppas att kursen leder till utvecklade samarbeten och mängder med positiva aha-upplevelser.

Vilka kan delta?

Upplägget passar för många olika typer av grupper. Det kan vara ledningsgruppen, föreningsstyrelsen, projektgruppen eller en helt vanlig arbetsgrupp.

För att samtalen ska bli så givande som möjligt är förslaget en gruppstorlek på cirka 5-10 personer.

Olika mötesrum

Om möjligt - boka olika mötesrum för varje träff. Annars finns risken att deltagarna sätter sig på samma platser gång efter gång - och tänker likartade tankar gång efter gång. Är det inte möjligt att byta rum, se till att deltagarna åtminstone sätter sig på olika platser vid de olika mötestillfällena.

Naturligtvis går kursen även att genomföra digitalt, men risken finns att nivån på gemenskap och kreativitet blir lägre.

Tid för träffarna

Varje träff bör omfatta cirka 1-1,5 timmar. Det är du som kursledare som ser till att alla frågeställningar hinner tas upp inom den angivna mötestiden.

Eventuellt kan någon av träffarna - exempelvis den allra första - bli lite korare. Bestäm då tillsammans om det är något annat som vi vill diskutera när vi ändå är samlade eller om vi vill avsluta mötet lite tidigare.

Involvera och engagera

Träffarna syftar till utveckling och positiv förändring. Var uppmärksam på vad som händer i mötesrummet och stötta den dialog som uppstår.

När en ny idé kommer fram, se till att skriva ner den så att den senare kan tas vidare och bli verklighet. Om möjligt, delegera till någon av kursdeltagarna att förvalta idén - denne kanske till och med kan återkomma med en första respons redan till nästa mötestillfälle? Den som blir involverad blir oftast också engagerad.

En del idéer eller frågeställningar kan bli så komplexa att de inte ryms inom den här kursen. Se då till att de tas om hand på annat sätt - kanske genom att involvera någon av kursdeltagarna eller genom att kalla till ett nytt möte om just den aktuella frågan.

Minnesanteckningar

Skriv ner de goda och konstruktiva tankar som kommer fram under kursens gång. Annars är risken stor att de glöms bort. Vid sista kurstillfället planerar vi tillsammans hur vi går vidare.

Att använda presentationen

Använd presentationen som grund för samtal och dialog mellan kursdeltagarna. Alla frågor handlar om den aktuella organisationen.

Flera sätt att engagera deltagarna

Presentationen är enkel och syftet är att stimulera till dialog och diskussioner i syfte att utveckla organisationen och dess kommunikation.

Det finns många sätt att skapa engagemang, och extra intressant blir det för deltagarna om du varierar mellan olika sätt. Här är några förslag:

Öppet samtal

När du presenterat frågeställningen lämnar du ordet fritt. Ibland behövs lite följdfrågor eller förtydliganden, och ibland kan du behöva styra tillbaka diskussionen till grundfrågan. Var också uppmärksam på om det är någon eller några som inte säger så mycket, och bjud in dem att delta i samtalet.

Fundera enskilt först

Låt deltagarna fundera enskilt och skriva ner sina tankar kring ämnet i ungefär fem minuter innan de presenterar sina tankar en efter en. Se till att variera den inbördes ordningen mellan de olika deltagarna om du använder den här metoden flera gånger.

Post-it

Arbetsättet beskrivs på sidan 115 i kursboken och kan vara extra bra i de sammanhang där du misstänker att kursdeltagarna har olika eller till och med motstridiga uppfattningar. Naturligtvis fungerar bara den här metoden vid fysiska möten. Är det ett digitalt möte kan du istället använda någon av de digitala lösningarna.

Digitala lösningar

Det finns flera digitala lösningar för att samla in frågor och synpunkter. Bland de mest kända finns Menti, Aha-Slides och Slido - och fler hittar du på nätet. En fördel är att du kan få upp svaren direkt på skärmen, vilket gör det enklare för deltagarna att fortsätta diskussionen.

Träff 1

Vad vill vi uppnå?

Börja med att presentera dig själv och varför du tagit initiativet till den här kursen. Berätta hur många kurstillfällen det kommer att bli och hur ofta de kommer att genomföras. Förbered kursdeltagarna på att de förväntas förbereda sig inför de olika kursträffarna.

Presentation

Deltagarna presenterar sig och berättar mycket kort om sina förväntningar på kursen inklusive tankar om kommunikation. Anteckna! Det här kan bli viktigt vid uppföljningen.

Den kommunikativa organisationen

Ge deltagarna cirka 5 minuter att fundera enskilt och skriva ner sina tankar kring vad som fungerar bra och vad som kan förbättras i organisationen.

Samtala utifrån de nedskrivna svaren. Hade de flesta ungefär samma tankar eller fanns det skillnader? Var det någon/några av de sju punkterna som knappast togs upp alls? Varför/varför inte?

Träffarnas innehåll.

Visa hur träffarna kommer att ta oss igenom olika aspekter av kommunikationsarbetet. Ge även deltagarna möjlighet att komplettera sina inledande tankar och förväntningar.

Uppgift inför nästa träff

Dela ut kursboken om deltagarna inte redan fått den.

Ge instruktioner om att läsa igenom kapitlet ”*Kommunikation i och runt organisationen*” till nästa träff eftersom vi kommer att diskutera utifrån de sidorna.

Träff 2

Kommunikation i och runt organisationen

Tankar efter förra träffen

Börja med att fråga om reflektioner efter förra mötestillfället. Det är inte ovanligt att nya tankar uppstår när du är tillbaka i din vanliga arbetsmiljö.

Varför?

Samtala kring varför frågan ”Varför?” är så viktig.

Vad menar vi med kommunikation?

Precis som uttrycket ”kultur” kan ha olika innebörd beroende på situation kan uttrycket ”kommunikation” också ha det. Vad menar vi med ”kommunikation” i vår organisation?

Kommunikativt ledarskap och medarbetarskap

Samtala kring vad ledare och medarbetare har för ansvar när det gäller organisationens kommunikation.

Kommunikatörerna

Samtala kring kommunikatörernas roll i vår organisation. Var är de placerade i organisationen? Vad har de för uppdrag, arbetsuppgifter och mandat?

Kommunikation på mottagarens villkor

Samtala kring situationer där kommunikationen fungerat bra. På vilket sätt har det skett på mottagarens villkor?

Talesätt

Hur kan vi använda de här tankarna i vår kommunikation?

Fler tankar?

Vilka reflektioner och tankar har dagens övningar gett upphov till?

Uppgift inför nästa träff

Ge instruktioner om att läsa igenom kapitlet ”Aktiviteter, kanaler och modeller” till nästa träff eftersom vi kommer att diskutera utifrån de sidorna.

Träff 3

Aktiviteter, kanaler och modeller

Tankar efter förra träffen

Börja med att fråga om reflektioner efter förra mötestillfället. Det är inte ovanligt att nya tankar uppstår när du är tillbaka i din vanliga arbetsmiljö.

Vad gör vi redan bra och vad kan vi utveckla?

Hur använder vi våra befintliga aktiviteter och kanaler? Gav texten dig inspiration till att använda fler kanaler och aktiviteter? På vilka sätt kan vi få dessa aktiviteter och kanaler att samverka och förstärka varandra?

Problem - Möjligheter - Resultat

Lyft fram några områden inom organisationen där modellen problem-möjligheter-resultat redan används eller skulle kunna användas. Hur kan detta länkas till kanaler och aktiviteter?

Viktigaste vidareförmedlarna

Var hittar vi organisationens viktigaste vidareförmedlare?
Vad kan vi göra för att dessa ska fortsätta att tala väl om oss?

Fler tankar?

Vilka reflektioner och tankar har dagens övningar gett upphov till?

Uppgift inför nästa träff.

Ge instruktioner om att läsa igenom kapitlet ”*Skattkistan*” till nästa träff eftersom vi kommer att diskutera utifrån de sidorna.

Träff 4

Skattkistan

Tankar efter förra träffen

Börja med att fråga om reflektioner efter förra mötestillfället. Det är inte ovanligt att nya tankar uppstår när du är tillbaka i din vanliga arbetsmiljö.

Vilka kan använda vad i vår organisation?

I det här kapitlet presenteras en mängd olika verktyg och förslag mycket kort och i alfabetisk ordning

Samtala kring vilka verktyg vi kan använda, i vilka sammanhang och även vem/vilka som kan använda dem. Låt den här punkten ta mycket tid och låt deltagarna inspireras av varandras idéer. Som vanligt - anteckna noga så att inte de goda förslag som kommer fram glöms bort.

Vad använder vår organisation som inte finns i Skattkistan?

Vad finns det för välfungerande verktyg och metoder inom organisationen som inte tas upp i Skattkistan? Det här är ett bra tillfälle att lyfta upp allt sådant som fungerar bra, men som kanske just därför sällan får den uppmärksamhet det förtjänar.

Fler tankar?

Vilka reflektioner och tankar har dagens övningar gett upphov till?

Uppgift inför nästa träff

Ge instruktioner om att läsa igenom kapitlet ”*Kommunikationsplanering*” till nästa träff eftersom vi kommer att diskutera utifrån de sidorna.

Träff 5

Kommunikationsplanering

Tankar efter förra träffen

Börja med att fråga om reflektioner efter förra mötestillfället. Det är inte ovanligt att nya tankar uppstår när du är tillbaka i din vanliga arbetsmiljö.

I vilka sammanhang behövs kommunikationsplaner?

Under de tidigare träffarna har deltagarna tänkt igenom bland mycket annat personer, kompetenser, aktiviteter, kanaler, modeller, verktyg och metoder. Nu är det dags att kombinera ihop allt detta till planer och strategier.

Samtala kring i vilka sammanhang vår organisation behöver kommunikationsplaner.

Vilka behöver samarbeta i framtagandet av en kommunikationsplan?

Är framtagandet av kommunikationsplaner och strategier ett enpersonsjobb eller blir det bättre om flera olika kompetenser bidrar? I sådana fall vilka?

Vem har ansvaret?

Vem/vilka ansvarar för att kommunikationsplaner

- tas fram?
- följs?
- uppdateras/justeras?
- följs upp?

Vad är "svårast"?

Samtala kring vad deltagarna upplever som "svårast" i framtagandet av kommunikationsstrategier och kommunikationsplaner. I bästa fall visar den här övningen på hur våra olika kompetenser och roller kan komplettera varandra.

Är det någon del av kommunikationsplaneringen där vi saknar information eller kompetens/er? Hur ska vi kunna komplettera med detta?

Fler tankar?

Vilka reflektioner och tankar har dagens övningar gett upphov till?

Uppgift inför nästa träff

Ge instruktioner om att läsa igenom kapitlet "Vad ska jag göra nu?" till nästa träff eftersom vi kommer att diskutera utifrån de sidorna.

Träff 6

Hur går vi vidare?

Tankar efter förra träffen

Börja med att fråga om reflektioner efter förra mötestillfället. Det är inte ovanligt att nya tankar uppstår när du är tillbaka i din vanliga arbetsmiljö.

SWOT

Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - eller som vi säger på svenska: Styrkor, Svagheter, Möjligheter, Hot.

Styrkor och Svagheter är främst sådant som finns inom den egna organisationen medan Möjligheter och Hot främst finns i omvärlden.

I just den här SWOT:en ska vi i första hand titta på organisationens kommunikation och samspel med både in- och omvärld.

Använd gärna Post-it-metoden eller någon av de digitala metoderna för att låta kursdeltagarna tänka igenom frågeställningen individuellt under 5-10 minuter.

Därefter presenterar vi resultaten och samtalar kring var det finns samsyn och var vi har olika uppfattningar. Anteckna som vanligt flitigt!

Hur går vi vidare?

Under de sex kurstillfällena har kursdeltagarna tagit fram en stor mängd goda idéer, tankar och förslag på arbetssätt. Hur ska vi göra för att ta dem vidare i organisationen? Vem ska ansvara för vad? Hur och när ska vi göra uppföljningar?

Ta fram en kortfattad och tidssatt plan för detta inklusive vem som ansvarar för vad.

Utvärdering av själva kursen

Börja med att fundera kort kring de förväntningar som vi hade vid första kurstillfället? Har de uppfyllts eller förändrats?

Samtala kring vad som har fungerat bra och vad som kan förbättras i kursmaterialet. Detta blir en grund för kommande kurstillfällen inom organisationen.

Skicka mycket gärna utvärderingen även till evamarie.tornstrom@mosebackeord.se. På så sätt kan vi tillsammans och fortlöpande utveckla kurshandledningen till nytta för andra organisationer som i framtiden ska arrangera kursen Glädje Kreativitet Kommunikation.

