

Amalie Adsen Kvåle

Digitale kanaler effektiviserer hverdagen

En studie av kommunikasjon i to elite-håndballag

Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi

Veileder: Jan Erik Ingebrigtsen

Juni 2019

Amalie Adsen Kvåle

Digitale kanaler effektiviserer hverdagen

En studie av kommunikasjon i to elite-håndballag

Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi
Veileder: Jan Erik Ingebrigtsen
Juni 2019

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for sosiologi og statsvitenskap

Sammendrag

Formålet med denne oppgaven er å undersøke hvordan to elite-håndballag kommuniserer og hvilke årsaker som påvirker kommunikasjonen. Det belyses ulike sider ved bruken av kommunikasjon og gir et innblikk i tanker og ønsker om bruk av kommunikasjonskanaler. Hvilken påvirkning har en trener knyttet til dette? Oppgavens problemstilling er dermed:

«Hvordan anvender to elite-håndballag kommunikasjonskanaler og hvilke ulike årsaker påvirker kommunikasjonen?»

Det er lite forskning på hvordan digital kommunikasjon fungerer i håndball, men ved å bruke teorier som handler om kommunikasjonsprosesser, internkommunikasjon, informasjonsteknologi og kommunikasjonskultur, kan man trekke sammenhenger i lys av dette. Datainnsamling er gjort med bruk av metodetriangulering, hvor jeg gjennomførte en innholdsanalyse av Facebook-gruppene til de to lagene for å styrke dybdeintervjuene og analysen ut i fra dette.

Oppgavens hovedfunn er at bruk av kommunikasjon på de to håndballagene er både lik og ulik. De møtes til trening nesten hver dag, men ønsker at informasjon skal kommuniseres både muntlig og digitalt. Muntlig kommunikasjon er viktig, men alle spillere synes likevel at digitale kommunikasjonskanaler er med på effektivisering og planlegging av hverdagen. Herrelaget og Damelaget har vært preget av endringer. Herrelaget gjorde tidligere evalueringer av kommunikasjonen, og måtte gjør endringer. Det resulterte i at spillerne har opplevd mer åpenhet og ærlighet. Det er likevel mye enveiskommunikasjon på de digitale kanalene, spesielt på Facebook fra Trener Sondre. På Damelaget har de fått ny trener, Trener Arild. Han har tatt med seg spesielt digitale endringer, med appene WhatsApp og Google Kalender. Det har ført til bedre kortsiktig og langsiktig planlegging. Spillerne forklarer også at han svarer fort og er forståelsesfull. Effektiv og god kommunikasjon mellom spillere og trenere kan ha en positiv konsekvens i form av at begge parter kan utføre sine roller på best mulig måte. Det kan også være med på å skape bedre toveiskommunikasjon og faktorer som tillit og gruppekohesjon mellom trenere og spillere.

Abstract

The purpose of this thesis is to examine how two elite handball teams communicate internally and investigate the selected communication approaches. Various usage of communication are highlighted in order to gain greater insight into thoughts and wishes about the use of communication channels. What influence does a coach have? This thesis research question is:

“How do two elite handball teams use communication channels and what different causes affect the communication?”

There is little research on how digital communication works in handball, but by using theories that relate to the communication process, internal communication, information technology and communication culture, one can draw a context in light of this. The empirical data is a triangulation of methods, where I conducted a content analysis of the Facebook groups of the two teams to strengthen the depth interviews and the analysis.

The main findings disclosed that the use of communication on the two handball teams is both equal and different. They meet for training almost every day but want information to be both communicated verbally and digitally. Oral communication is important, but the players however thinks that digital communication channels are involved in improving the efficiency and planning in the everyday life. The men’s team and the woman’s team have been embossed by changes. Earlier the men’s team did an evaluation of the communication and had to make some changes. There is still a lot of one-way communication on the digital channels, especially from coach Sondre on Facebook. The women’s team they got a new coach, coach Arild. He has especially brought digital changes, with the apps WhatsApp and Google Calendar. This has led to a better short-term and long-term planning. The players also explain that he responds quickly and that he is sympathetic. Effective and good communication between players and coaches can have a positive impact so both parties can perform their roles in the best possible way. It can also help create better two-way communication and factors such as trust and group cohesion between coaches and players.

Forord

Denne masteroppgaven er min avsluttende oppgave på en master i medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi ved NTNU i Trondheim. Det har vært en spennende prosess og jeg har fått jobbe med et tema som jeg synes er interessant. Det er vemodig at min studietid nå er slutt, men gleder meg til veien videre.

Jeg vil starte med å rette en stor takk til mine informanter, og at dere ønsket å dele deres tanker og meninger med meg.

Takk til min veileder, Jan Erik Ingebrigtsen for raske og konstruktive tilbakemeldinger.

En stor takk til Merethe for god kritikk og korrektur av oppgaven. Takk til mamma for korrektur av oppgaven, jeg setter pris på støtten fra både henne og pappa gjennom studietiden min.

Amalie Adsen Kvåle
Trondheim, 6. juni 2019

Innholdsfortegnelse

Begrepsavklaring	1
1 Innledning	2
1.1 Bakgrunn for oppgaven	2
1.2 Om idrett.....	3
1.3 Problemstilling.....	3
1.4 Disposisjon.....	4
2 Teoretisk rammeverk	4
2.1 Enveis versus toveis kommunikasjon	5
2.1.1 Digitale kanaler.....	6
2.1.2 Muntlig.....	10
2.2 Internkommunikasjon.....	10
2.2.1 Interne plattformer	11
2.3 Kommunikasjonskultur	12
2.4 Kommunikasjonsledelse.....	13
2.4.1 Gruppelojalitet	15
3 Metode	15
3.1 Valg av metode.....	16
3.1.1 Analyse av Facebook-innhold.....	17
3.2 Dybdeintervju.....	18
3.3 Intervjuguide.....	19
3.4 Utvalg.....	20
3.5 Gjennomføring av intervju.....	21
3.6 Behandling av datamateriale.....	22
3.6.1 Etske utfordringer	22
3.7 Vurdering av datamateriale.....	23
Pålitelighet	23
Gyldighet.....	24
Generaliserbarhet	25
4 Analyse	25
4.1 Bruk av Kommunikasjonskanaler	25
4.1.1 Kommunikasjonskanaler.....	25
4.1.2 Facebook som internkommunikasjon	28
4.2 Oppfatning av kommunikasjon	31
4.2.1 Viktighet av digitale kommunikasjonskanaler.....	31
4.2.2 Respons	35
4.3 Ønske om bruk	40
4.3.1 Trenerne sine tanker om kommunikasjon	41
4.3.2 Spillerne sine tanker om kommunikasjon	44
4.4 Treners rolle i kommunikasjon	47
5 Oppsummering	58
6 Begrensninger og veien videre	60

Vedlegg	1
<i>Vedlegg 1: Intervjuguide</i>	<i>1</i>
<i>Vedlegg 2: Samtykkeerklæring</i>	<i>3</i>

Begrepsavklaring

Facebook-grupper

På Facebook kan man opprette grupper hvor man kan kommunisere med bestemte personer om delte interesser. En administrator kan tilpasse hvem som kan være medlem og hvem som kan se gruppen. Det er mulig å opprette grupper for hva som helst, enten det er med familie, jobb eller idrettslag (Facebook, 2019c).

Liker

Dersom man klikker liker på et Facebook-innlegg, så bekrefter man at man liker det uten å skrive en kommentar. Når man trykker på liker så kan andre mennesker se innlegget og hvem som har likt det. Personen som har publisert et innlegg får en varslet om at du liker det (Facebook, 2019b).

Applikasjoner

Teknologien som bygger videre på Web 2.0 er applikasjoner (apper). Applikasjoner og tjenester er formet for å muliggjøre kjappe tilbakemeldinger og kommentarer, der delingsfunksjoner er integrert (Haugseth, 2013, s. 56)

Dropbox

Dropbox er et «produktivitetsverktøy» som i 2007 ble utviklet for og enklere synkronisere filer. Dette er dermed et tilholdssted for alt arbeid som utføres og kan opprettholde arbeidsflyten, og gjøre teamets beste idéer til virkelighet (Dropbox, 2019).

Google Kalender

Google Kalenderen hjelper deg å planlegge hverdagen og se hva som skal skje ved å bruke bilder og karttjenester. Denne applikasjonen kan du koble direkte til mailen din, og arrangementer vil bli lagt inn i kalenderen automatisk. Man kan dermed dele hendelser eller planer med andre personer (Google, 2019).

1 Innledning

1.1 Bakgrunn for oppgaven

Kommunikasjon handler om overføring av budskap eller informasjon fra en person, organisasjon eller gruppe til en annen person, organisasjon eller gruppe. I en slik prosess kan man se på hvilke kanaler som blir brukt, og kan utvikles til å bli en toveisprosess, hvor tilbakemelding og tolkning er sentralt (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 290-292). Hvordan blir slike kommunikasjonsprosesser formidlet i håndballag? Hvilke kanaler bruker man for å formidle informasjon til og fra hverandre i lagene? Og hvordan tolker de og responderer på denne kommunikasjonen?

I tråd med moderniseringen og digitaliseringen som foregår i samfunnet i dag, kan man stille spørsmål om hvordan blir andre aktører i samfunnet påvirket av dette. Tidligere kunne man få informasjon med seg hjem i papirform, for så å henge på kjøleskapet. I dag er dette en sjeldenhet, og mye informasjon kommer via digitale kanaler. Vi har nye utviklingstrekk ifølge Direktoratet for forvaltning og IKT (Difi) som handler om hvordan man nå bruker de digitale kanalene, og kan se at de omhandler blant annet krisekommunikasjon, kampanjer og informasjon til intern bruk. Flere organisasjoner velger ut i fra dette å anvende kommunikasjonskanaler digitalt for intern bruk (Difi, 2014). Informasjonsteknologi kan man på mange måter si er med på å forandre måten vi kommuniserer på. Det kan være med på å skape bedre informasjonsflyt og gjør at denne informasjonen blir lettere tilgjengelig for flere, selv om det aldri kan erstatte den menneskelige kontakten (Erlie, 1999, s. 15-20). Hvordan kommuniserer to elite-håndballag, og hvordan bruker de digitale kommunikasjonskanaler til å kommunisere med hverandre? Hvor viktig er egentlig disse digitale kanalene og deres egenskaper for spillere og trenere?

En kommunikasjonskultur handler om hvilke koder og normer medlemmene kan forstå. Hvem er det egentlig som bestemmer hvordan kommunikasjonen skal foregå? Mange mener at ledelse og makt henger sammen, når det er en asymmetri. Noe som igjen kan henge sammen med inkludering og gruppedynamikk ved symmetriske forhold (Brønn & Arnulf, 2019, s. 129-130). Det kan derfor oppleves som viktig å forstå sin rolle i kommunikasjonen, og at en ledelse skaper forståelse for disse rollene. Hvordan kan en leder påvirke roller og legge til rette for gruppekoherens, og faktorer som gjør at man opplever tillit og lagånd? Det er interessant å se på hvordan ulike årsaker påvirker hvordan kommunikasjon i håndball er. Dette, kombinert med min interesse for håndball, samt min studieretning, danner bakgrunn

for denne oppgaven.

1.2 Om idrett

Norges idrettsforbund (NIF) sine verdier skal gi alle mennesker mulighet til å drive med idrett og være med på å styrke individer og samfunn. Verdiene reflekterer at de ønsker å oppnå idrettsglede og ha fokus på trivsel og mestring, hvor et samspill mellom trener og utøver også skal være i fokus. I tillegg er fellesskap mellom grupper og medlemmer i organisasjonen uavhengig av alder, funksjonsgrad, kjønn, sosial eller etnisk bakgrunn viktig (Norges idrettsforbund, 2019a). Lagspill er påvirket av hvordan kommunikasjonen fungerer, og handler om hvordan kroppsspråk og bevegelse oppfattes. Spillere og trenere ønsker respons fra hverandre. På mange måter kan man si at kommunikative ferdigheter er kjernen i lagspill (Ronglan, 2008, s. 28-36). Det er ca. 135 000 håndballspillere i Norge, hvor to av tre er kvinner og det er ca. 800 klubber (Norges idrettsforbund, 2019b). Norge kvalifiserte seg første gang til OL-deltakelse i 1972 i München. Da var håndballsporten slik vi kjenner den i dag, med syv spillere på hvert lag. På det tidspunktet var det kun menn som fikk delta, mens kvinnene fikk delta fire år senere i Montreal (Olympiatoppen, 2013). I idretten er ofte trenere viktig for utvikling og kan påvirke spiller og deres rolle på laget. Trenere skal være et forbilde og gode rollemodeller, akkurat som en god far skriver Fasting og Pfister (2000). Han er streng, har makt, maskulin og krever respekt. Denne rollen kan også være med på å påvirke hvordan spillerne oppfatter treneren (Fasting & Pfister, 2000).

1.3 Problemstilling

Temaet for denne oppgaven er kommunikasjon i håndballklubber, med fokus på to elite-håndballag. Dette er et tema som det er lite forskning på. Kommunikasjonsteori, internkommunikasjon i organisasjoner og kommunikasjonsteori kan være med på å legge til grunne for problemstillingen. I denne oppgaven velger jeg å gjøre en innholdsanalyse av lagene sine interne Facebook-grupper, kombinert med dybdeintervju med noen spillere og trenere. Jeg ønsker å undersøke hvilke kommunikasjonskanaler de benytter seg av og hva de tenker er den beste måten å kommunisere på. Hvor viktig kommunikasjon og respons er og hvordan treners rolle kan påvirke kommunikasjonen? På bakgrunn av dette og hva som er blitt presentert i innledningen, har jeg kommet frem til følgende problemstilling, samt to forskningsspørsmål:

Hvordan anvender to elite-håndballag kommunikasjonskanaler og hvilke ulike årsaker påvirker kommunikasjonen?

F1: «Hvordan bruker de to håndballagene interne kommunikasjonskanaler, og hvordan oppfatter trenere og spillere kommunikasjonen?»

F2: «Hvilken påvirkning har en treners rolle knyttet til kommunikasjon?»

1.4 Disposisjon

Oppgaven oppbygning består av 6 kapitler, samt referanseliste og vedlegg. *Kapittel 1* redegjør bakgrunn og problemstilling, som gir en innledende kontekst på selve oppgaven. *Kapittel 2* er et teoretisk rammeverk og knytter relevante og sentrale teorier til oppgaven. Teori om internkommunikasjon, kommunikasjonsledelse og informasjonsteknologi er noe av grunnlaget for analysen. *Kapittel 3* beskriver valg av metode, datainnsamling og vurdering av datamateriale. Her gjennomgås først en innholdsanalyse og dybdeintervju, før fremgangsmåte for metodiske valg blir beskrevet og besvart. Til slutt gjennomgås vurdering av datamateriale, med gjennomgang av pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet. *Kapittel 4* er analysekapittelet. Her er kapittel 4.1 til 4.3 knyttet til forskningsspørsmålet «Hvordan bruker de to håndballagene interne kommunikasjonskanaler, og hvordan oppfatter trenere og spillere kommunikasjonen?». Som handler om bruk av kommunikasjonskanaler, innholdsanalysen av Facebook-gruppene til lagene som danner grunnlag for dybdeintervjuene, deres oppfatning av kommunikasjon og ønske om bruk av kommunikasjon. *Kapittel 4.4* er siste del av analysen og omfatter treners rolle i kommunikasjonen, og er knyttet til forskningsspørsmålet «Hvilken påvirkning har en treners rolle knyttet til kommunikasjon?». *Kapittel 5* er dermed oppsummering. *Kapittel 6* er begrensninger og veien videre i oppgaven.

2 Teoretisk rammeverk

I dette kapittelet presenterer jeg teori og tidligere forskning. Det teoretiske rammeverket belyser flere aspekter ved problemstillingen ved å se nærmere på kommunikasjonsprosesser, kommunikasjonskanaler, internkommunikasjon og kommunikasjonsledelse. Teorien skal med dette underbygge og forankre denne oppgavens analyse.

2.1 Enveis versus toveis kommunikasjon

Fra det øyeblikket vi kommer til verden får man den mest grunnleggende formen for kommunikasjon, den muntlige. Samtalen er den vanligste kommunikasjonsmåten man foretar seg (Bråten, 2004, s. 20-22). Kaufmann og Kaufmann snakker om kommunikasjon som «overføring» eller «utveksling» av informasjon (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 290-291). Symbol er ifølge Korsnes noe som omfatter tegn, gester, verdier, normer og uttrykk og dette gir rammer for forståelse, interaksjon og sosial identitet (Korsnes, 2008, s. 306). På en annen måte kan man si at informasjon (budskap) blir overført fra en person, gruppe eller organisasjon (sender) til en annen person, gruppe eller organisasjon (mottaker), og de får en viss type forståelse av budskapet. Overføringen innebærer både informasjon og mening, men er ikke garantert effektiv kommunikasjon på grunn av forskjellig tolkning av meningsinnhold. Denne informasjonsoverføringen kan dreie seg om ansikt til ansikt, skriftlig brev, telefonsamtaler og videokonferanse (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 290).

For å forklare kommunikasjonsprosessen kan man bruke en sentral teori som Kaufmann og Kaufmann presenterer, informasjonsteoretisk modell. Den beskriver det grunnleggende i kommunikasjonsprosessen som en lineær form, med avsender som sender et budskap til mottaker. Dermed ser vi på hvilken kanal som blir brukt i denne prosessen. I kommunikasjonsprosessen skiller de også mellom flere komponenter. Det er innkoding som sier noe om hva en person ønsker å formidle, dette kan være ved å bruke muntlig eller skriftlig kommunikasjonskanal. Uavhengig av kommunikasjonskanal så ønsker man at det innkodete budskapet skal være så nøyaktig som mulig for dem som skal motta det. Modellen kan også utvides og slik at vi ser på kommunikasjonsprosessen som en toveiskommunikasjon, mer enn en enveiskommunikasjon. Det betyr at vi i kommunikasjon får tilbakemeldinger og tolkninger. I denne prosessen vil man stille sentrale spørsmål, som blant annet hva er det sender ønsker å formidle og få svar på, hva inneholder budskapet og hvordan forstår mottaker budskapet (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 291). I toveisprosessen blir også tilbakemelding en viktig faktor. Dersom også mottakeren overfører et nytt budskap til senderen, blir kommunikasjonsprosessen sirkulær. Dermed er det mulig å sende budskap frem og tilbake slik at forståelsen blir riktig. I en slik prosess kan det også oppstå fallgruver, også kalt «støy». Det kan være elementer som forstyrrer kommunikasjonsprosessen (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 291-292). For at kommunikasjonsprosessen skal være effektiv nevner Jacobsen og Thorsvik noen poenger som er viktig. Det handler mye om at språket som blir anvendt må være slik at mottaker forstår, samt at det gis i en form og har et innhold som mottaker legger

merke til. Her vil det også være viktig at det ikke kommer for mye informasjon, samt at det blir brukt flere kommunikasjonskanaler av sender og gjerne gjenta det i flere kanaler (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 154).

I lagspill kan også kommunikasjon være avgjørende for hvordan blant annet kroppsspråk og bevegelser oppfattes. For at god kommunikasjon skal være til stede, forutsetter dette at partene i lagene henvender seg til hverandre og responderer og forholder seg til hva andre bidrar med. Det kan være å lytte og fortolke budskapet, eller ved å komme med konstruktive tilbakemeldinger. Det å utvikle et samarbeid i lagspill på en bane kan handle mye om å utvikle kommunikative ferdigheter i vid forstand. Dette er noe av kjernen i lagspillkonkurranse (Ronglan, 2008, s. 28-36). Høigaard skriver at enveiskommunikasjon i idrettssammenheng kan være «time-out»-situasjoner, eller dersom spillet avbrytes for en kort periode. Enveiskommunikasjon er den raskeste kommunikasjonsformen.

Toveiskommunikasjon gjør at man lettere kan tolke om budskapet er blitt riktig tolket, og mottaker kan spørre dersom noe er uklart. Spillermøter eller sammenkomster åpner for diskusjon og toveiskommunikasjon, men spillerne kan også være redde for å stille spørsmål i plenum (Høigaard, 2008, s. 174-177).

2.1.1 Digitale kanaler

På grunn av Internett og sosiale medier er ikke dette skillet så stort lenger, og påvirker enveis- og toveiskommunikasjonen. Ifølge Haugseth har man tidligere kunne skille mellom kommunikasjon som er direkte (eksempel: telefon) og medier som har lagret informasjon over tid (eksempel bøker). Her kunne man se et klarere skille på kommunikasjonsretning og antall mottakere, samt mellom personlige medier (toveis-kommunikasjon) og massemedier (enveiskommunikasjon). Kommunikasjonen har dermed forandret seg, og vi kan si at sosiale medier gjør det mulig å nå ut til én eller flere om ønskelig (Haugseth, 2013, s. 45). De sosiale mediene Facebook og Twitter har vært med på å gjøre kommunikasjonen mer effektiv. Selv om kommunikasjonen nå er blitt mer effektiv, betyr det ikke at den er blitt bedre. Man kan tenke at når budskapet har formidlet, men er man sikker på at den er mottatt og forstått? (Brønn & Arnulf, 2019, s. 15).

Brønn og Arnulf forklarer at når man skal kommunisere ligger kunsten i å vite hvilke kommunikasjonsverktøy og hvilken kanal som er best i en gitt situasjon. Det gjelder å velge

den kommunikasjonskanalen som er best og mest effektiv. Det kan da være noen praktiske hensyn å ta stilling til:

Tilgjengelighet: hvilke kanaler er det som finnes og kan de presentere noe som er mer effektiv?

Målgruppe: Hvem er målgruppen, hvordan foretrekker de å få tilgang til informasjon? Hvordan vil kanalen fungere og engasjere?

Målsetting: Hva ønsker man at folk skal lære, tenke, føle eller gjøre som resultat av budskapet?

Innhold: Hva er konteksten og budskapet? Sensitiv informasjon formidles helst ansikt-til-ansikt.

Valg av tidspunkt: Haster det? Krever det rask formidling? (Brønn & Arnulf, 2019, s. 62).

2.1.1.1 Sosiale medier

Sosiale medier kan defineres på mange forskjellige måter og er en viktig del av hvordan man i dagens samfunn kommuniserer med hverandre. Difi (2010) har definert sosiale medier slik:

«Sosiale medier er en arbeidsmåte og kommunikasjonsform. Nettsamfunn og nettaktiviteter basert på brukerskapt innhold, gjør det mulig å dele informasjon, videreutvikle egne og andres idéer, og innhente kunnskap på en ny måte. Sosiale medier skiller seg fra tradisjonelle medier som er avsenderkontrollert, ved å være uformelle og brukerstyrt» (Difi, 2010).

Begrepet sosiale medier kan deles opp i to. «Sosial» kommer fra grunnsynet om et fellesskap av ulike interesser, mens «medier» kommer fra kommunikasjonsteknologier (Blu-ray, DVD og TV) og organisasjoner (Aftenposten og NRK). Vi bruker likevel «medier» mest i sammenheng med applikasjoner som Facebook (Haugseth, 2013). Sosiale medier er ikke lenger et ukjent fenomen, og har de siste årene ikke hatt de store endringene. Men, det finnes fortsatt kreative måter å benytte seg av de ulike kanalene. Difi viser til «nye» utviklingstrekk, dette handler om rekruttering, kampanjer, krisekommunikasjon og intern bruk. Disse utviklingstrekkene er blitt en så stor del av hverdagen at mange bedrifter og organisasjoner velger å anvende det som kommunikasjonskanal, dermed for ekstern og intern bruk (Difi, 2014). Idretten har gjort tiltak for å bli mer synlige på Internett og sosiale medier. En måte som gjør det lettere å komme i kontakt og kommunisere med fans og publikum. For å få et bredere innblikk i relevant informasjon og bygge bedre omdømme. Det er en økende trend at flere og flere forstår fordelene med å bygge opp sine sosiale medie-plattformer. Internett kan

på denne måten være med på å skape en sterkere merkevare, og en mer direkte kommunikasjon i motsetning til de tradisjonelle mediene (Miranda, Chamorro, Rubio & Rodriguez, 2014).

Kaplan og Haenlein referer til Forrester Research hvor 75 prosent av Internettssurfere brukte sosiale medier i 2008. De ble medlem av sosiale nettverk, leser blogger og skriver anmeldelser på shoppingsider, og ser tendenser til en ny trend. Denne nye tendensen er sosiale medier og bruker-generert innhold på disse kanalene, også kalt Web 2.0. Sosiale medier er en gruppe internettbaserte applikasjoner som er bygget på ideologiske og teknologiske fundamentet av Web 2.0 (Kaplan & Haenlein, 2010). Ifølge Statistisk Sentralbyrå bruker rundt 80 prosent av nordmenn i alderen 16 og 79 år sosiale medier. Dette gjelder de som bruker de sosiale mediene Facebook, Instagram eller Snapchat. 34 prosent av disse bruker sosiale medier i forbindelse med arbeidsforhold (Statistisk sentralbyrå, 2018). Haugseth referer til Marc Prensky (2001) som skriver at det er en myte at mange barn er digitalt innfødte, med andre ord de er oppvokst med teknologi rundt seg i hverdagen og klarer å håndtere den store mengden av informasjon. Den eldre generasjonen er digitale innvandrere som har måtte lære seg å bruke de digitale mediene, i motsetning til de yngre. Det kan handle om evnen de digitalt innfødte har til og multitasking og skifte oppmerksomhet raskt mellom ulike medier og ulikt innhold (Haugseth, 2013, s. 106-107). Ifølge Vaagan hadde vi tidligere et informasjonssamfunn, men etter tusenårsskiftet kan man kalle det et kommunikasjonssamfunn. En viktig forskjell er at informasjon er en enveisprosess fra sender til mottaker, mens kommunikasjon er noe interaktivt, en dialogisk prosess, hvor skille mellom sender og mottaker er mindre klar (Vaagan, 2015, s. 12-14). Boyd sier at de nettverksbaserte tjenestene gjør at mennesker og teknologi kan krysses på tvers, og kobler de sammen i en verden utenfor. I tjenestene er det «affordances» som ikke dikterer brukerne sin oppførsel, ordet blir brukt om egenskaper som gir rammer for menneskelig samhandling og utveksling av innhold (Boyd, 2010; Haugseth, 2013, s. 47).

2.1.1.2 Facebook

Quaan-Hasse & Young skriver at Facebook ble laget i 2004 av Mark Zuckerberg som var student ved Harvard University. Den sosiale nettverkssiden ble i utgangspunktet laget for at studentene skulle kommunisere med hverandre, og blir i dag brukt av brukere over hele verden. Brukere av Facebook kan legge til venner, sende meldinger og oppdatere deres personlige profiler, de kan også bli medlem av virtuelle grupper og lage innhold på Internett.

Den vanligste bruksmåten av Facebook er for å holde kontakt med andre mennesker (Quaan-Haase & Young, 2010).

På Facebook-gruppene kan man sette på varsler dersom man har aktivert funksjonen vil man automatisk bli varslet dersom det er noen aktivitet på gruppene man er medlem av. Man kan justere det dersom man ikke ønsker det. Varsler får man i form av notifikasjoner på datamaskin eller mobil (Facebook, 2019c). Som Haugseth skriver, har man på Facebook «liker» som er en slags uttrykk for anerkjennelse på sosiale medier. Desto flere liker betyr bedre. Behovet for anerkjennelse varierer fra person til person, men mange unge kan behovet for å bli sett være større enn det er for andre grupper. En «liker» kan være en slags klapp på skulderen og er egentlig ganske uforpliktende (Haugseth, 2013, s. 98-99). Innlegg i grupper blir merket med «sett» når medlemmene har sett det. Det vil da stå et tall ved siden av innlegget som viser hvor mange som har sett innlegget (Facebook, 2019a).

2.1.1.3 WhatsApp

WhatsApp er en applikasjon for smarttelefoner hvor man kan sende tekst, bilder, lydklipp, video og kart, og med 450 millioner brukere (Vaagan, 2015, s. 35). Applikasjonen startet som et alternativ til SMS. Målet er å la folk kommunisere med hverandre uten hindringer uavhengig hvor man er (WhatsApp, 2019). Ifølge Ida Aalen så har også meldingstjenesten WhatsApp blitt kjøpt opp av Facebook (Aalen, 2015, s. 33).

2.1.1.4 Andre apper

Ida Aalen nevner at veksten på andre apper som Instagram og Snapchat kan ses på som en slags konsekvens av at Facebook blir for stort med tanke på hvor mange venner man har i sosiale medier. Dermed kan Instagram og Snapchat være med på å være mer uformelle og avslappet (Aalen, 2015, s. 33-34)

En app som er sentral i denne oppgaven er TeamAlert. Der kan man sende varsling øyeblikkelig til medlemmer i selskapet ditt. Ved å sende ut varsel om hendelse, får medlemmene alarmlyd, vibrasjon, skjermvekking og alternativ til varsling dersom det er nettverksproblemer. Videre kommunikasjon skjer ved at mottakerne kan svare med kommentarer eller bilder (TeamAlert, 2019).

2.1.2 Muntlig

Kaufmann og Kaufman skriver at alle mennesker har et talespråk, noe som er sentralt i menneskelig natur og menneskelig atferd. Både det verbale og det non-verbale kan man dermed si er innvevd i hverandre. De nevner at spesielt muntlig kommunikasjon kan ses på som en spesielt god måte å overføre budskap på. Det er fordi det gir rask tilbakemelding og tilpasning for forskjellige parter. Dette gjelder også kommunikasjon via telefonsamtaler, som også er en toveiskommunikasjon. I en organisasjon kan det være vanskelig og alltid ha denne toveiskommunikasjonen. E-post og brev kan brukes for å formidle enveis og ofte effektivt for å nå ut til mange på en gang, og er gjerne rutinepreget (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 293-294). Jacobsen og Thorsvik bekrefter også dette, og viser til studier av kommunikasjon i organisasjoner hvor mange synes muntlig ansikt-til-ansikt kommunikasjon er mer effektiv (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 155). Grupper som har en felles interesse møtes gjerne over lengre tid, skriver Kaufmann og Kaufmann. Gruppens samhandling er dermed ofte ansikt til ansikt og man har en fysisk og nær sosial kontakt. De har sine felles interesser og målsettinger (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 236)

2.2 Internkommunikasjon

Erlieen forklarer internkommunikasjon som informasjonsflyten og utveksling av ideer og synspunkter mellom enkeltpersoner og grupper på forskjellige nivå og ulike deler av organisasjoner. En del av kommunikasjon er formell og planlagt, men uformell og ikke-planlagt hender også, som ikke ledelsen kan kontrollere. Den uformelle kommunikasjon og menneskelig kontakt vil være en viktig faktor for organisasjonen. Dette kan overføres til idrettslag, til trener og utøver forholdet. Slike faktorer er viktig for motivasjon og for å nå sine mål, hvor hensikten er godt forhold innad. Alt ses på som en prosess og kommunikasjon på kryss og tvers i et nettverk (Erlieen, 1999, s. 15-16). Internkommunikasjon handler om at medarbeidere vet hva som forventes av dem, hva som er deres plikter og rettigheter (Erlieen, 1999, s. 20). Erlieen skriver også at det er ledelsen som har informasjonsansvaret og kan være asymmetrisk, altså en slags enveiskommunikasjon. Ved å bruke muntlig kommunikasjon blir det lettere å skape en symmetri i kommunikasjonen. Ledelsen kan også bruke makt for å få frem sin innflytelse og agenda på dagsorden, men velger sin kommunikasjonsstil (Erlieen, 1999, s. 44-47). En funksjon ved kommunikasjon og informasjon er usikkerhet. Det vil si at dersom man mottar lite informasjon kan man befinne seg i usikkerhet. Dermed ønsker man å dekke usikkerhet og kunnskap og besvare spørsmål. Informasjonen som man da mottar må være nyttig og dekke behov, altså at man får vite det man trenger. Derfor kan en åpen og ærlig

kommunikasjon være med på å skape tillit og godt klima, som kjennetegnes av gjensidig tillit og dialog (Erlie, 1999, s. 18-19). Hvordan relasjonen de som kommuniserer med hverandre har, spiller også inn på hvordan fortolkningen er.

Informasjonsteknologi kan være med på å skape en bedre informasjonsflyt og gjøre at informasjon blir raskt og lettere tilgjengelig. Det er likevel vanskelig for teknologien å erstatte den menneskelige kontakten mellom de forskjellige partene (Erlie, 1999, s. 20). Det har likevel vokst frem et større antall kommunikasjonskanaler. Jacobsen og Thorsvik nevner at kommunikasjon via e-post er skriftlig, men har en muntlig formidlingsform. Dersom man skal tenke på valg av kanaler, må man vurdere de mulighetene det finnes for parallellitet, altså ha flere samtaler samtidig, tid til forberedelse og hvordan informasjon lagres (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 155).

2.2.1 Interne plattformer

For å kommunisere internt er det flere organisasjoner som har intranett som er deres «private» informasjonsnettverk. Dette virker som en rask og effektiv måte for medlemmer å kommunisere på, for eksempel dele interne dokumenter eller strategier (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 295). Ifølge Brønn et.al. har intranettet blitt et senter for kunnskapsdeling og for å effektivisere hverdagen, og ble tidligere kalt for ledelsesverktøy. Det kan være utfordringer i et intranett fordi man håndterer og styrer hva som virkelig er nødvendig, og tilrettelegging for deling av kunnskap. Det kan også være vanskelig å vite hva som skal deles på slike plattformer hvor alle har tilgang til å skrive og dele (Brønn et al., 2012, s. 56-59). Man kan se på begrepet Enterprise 2.0 fra McAfee som ble lansert i 2006. Som betegner en ny sosial programvare som kommunikasjon for å nå sine mål. Det trekkes frem spesielt fire funksjoner ved betegnelsen: kommunikasjon, samarbeid, samhandling og koblinger. Enterprise 2.0 gir mulighet for samhandling og interaksjon mellom parter og er med på å skape en intern informasjonsflyt som kan være nødvendig. Den nye teknologien kan brukes nokså likt som andre sosiale medier, som Facebook og Twitter. Dette gjelder deling av innhold og samhandling. Intranettet gjør det mulig at flere forskjellige deler av en arbeidsplass kan være med på å samhandle og bli kjent med hverandre (Brønn et al., 2012, s. 33-35).

2.3 Kommunikasjonskultur

Både interne og eksterne forhold er avhengig av kultur og kommunikasjonskultur. Erlien sier at organisasjonskultur er noe som «sitter i veggene» og ikke enkelt kan forandres over natten. Det skapes av menneskene i en organisasjon og de bringer med seg erfaring og forventninger, samt hvordan de forholder seg til hverandre. For at man kan analysere en organisasjonskultur, må man se etter menneskelig atferd, språk, kommunikasjon og hvordan organisasjonen er bygget opp og ser ut. En formell eller uformell kommunikasjon kan ha elementer som skal til for å opprettholde eller endre organisasjonskultur. En stor organisasjon har større tendenser til formell kommunikasjon og formell organisasjonsstruktur. En uformell kommunikasjon kan være at man forteller historier, vitser eller utveksling av verdier og normer, som kan være et mer åpent kommunikasjonssystem (Erlie, 1999, s. 97-98). Høigaard beskriver normer som standarder eller retningslinjer for hvordan utøvere skal oppføre seg. En gruppe påvirker hverandre på ulike områder og skaper forventninger til hverandre, som skaper «kjøreregler» for andre, også kalt gruppenormer (Høigaard, 2008, s. 109-110). Johannesen, Olaisen og Olsen skriver at kommunikasjonskultur kan forstås som koder alle medlemmer kan forstå. Kulturen har en hierarkisk påvirkning og dersom endringer skjer på et nivå, vil det også ha påvirkning på videre nivå. Hva er egentlig hensikten med det som blir kommunisert? Svaret gir en indikasjon for hva som er ønskelig eller ikke. Her omtales også kultur som verdier, normer og holdninger, men hvilke verdier, normer og holdninger er viktig for kommunikasjonen? Det blir sentralt å se på disse aspektene og deres prioritet. En annen sentral viktighet i kommunikasjonskulturen er også hva som styrer kommunikasjonsstrategien. Hvem er det som snakker med hvem, om hva, når, hvilke kanaler og hvilken virkning har det? (J. Johannesen, Olaisen & Olsen, 2009, s. 186-188).

Ifølge Høigaard er kommunikasjonsstrukturen er med på å strukturere gjøremål og koordinere handlinger, men også hvem som snakker med hvem. Kommunikasjonsstrukturen gjenspeiler ofte den parallelle rollen, status og tiltrekningsstrukturen man har i en gruppe. For eksempel de med en mer sentral rolle kommuniserer mer med andre, enn personer som kanskje har en mer perifer rolle. Det utvikles også ulike strukturer som på en måte kan sammenlignes med en persons personlighetsstruktur og deretter også undersøke den. Dersom man undersøker grupper, kan man tenke seg at deres interaksjon følger et mønster (Høigaard, 2008, s. 116-118).

Ifølge Brønn og Arnulf er kommunikasjon også viktig for at en organisasjon skal kunne overleve, også i situasjoner der man må foreta endringer. Kommunikasjon kan derfor være med på å bidra til å gjøre nødvendige prosesser riktig. Endring kan refereres til sluttproduktet, det som er målet i enden; en organisasjonsstruktur, nytt produkt eller en ny prosess. Det som ofte er fellesnevneren for endring er digitalisering, reduserte kostnader, salg, etc. Og, innebærer at ledere og ansatte må gjøre ting annerledes enn de gjør i dag. Endring krever at enkeltindivider må håndtere emosjonelle, kognitive og atferdsmessig overganger. Endring preges av både interne og eksterne faktorer, og kan være flere grunner til at det skjer. Det kan også være planlagte endringer som kan være initiert av interessenter internt i en organisasjon. Det vil alltid være motstandere og tilhengere i endringer, og selv om studier ofte ser på negative emosjoner, så kan man også oppnå reaksjoner som tilfredshet, håp og optimisme (Brønn & Arnulf, 2019, s. 335-340).

2.4 Kommunikasjonsledelse

Ifølge Brønn og Arnulf henger ledelse og kommunikasjon tett sammen og uten kommunikasjon kan ikke ledelse finne sted. For mange nordmenn er ledelse, makt, kontroll og administrasjon, men de trenger ikke nødvendigvis være tett knyttet sammen. Ledelse handler mer om oppslutning av folk som prinsipielt ville valgt noe annet, noe som i forhold til makt er styring av andres vilje. Hvor også dårlig kommunikasjon ville være dårlig dersom det ikke endrer atferd eller i en ønsket retning (Brønn & Arnulf, 2019, s. 129-130).

En studie av Eys, Carron, Beauchamp og Bray forteller at en utøvers oppfatning av tilfredshet er viktig for deres posisjon i idretten, som kan påvirke deres innsats og utholdenhet i konkurranse. Dette er også kan knyttes til utfallet i konseptuelle rammer for blant annet ledelse. Studien viser også at tilfredshet er en konsekvens av gruppedynamikk, inkluderende ledelse og lagkoherens. Kommunikasjon mellom utøver og trener er viktig for at utøverne skal forstå sin rolle. Forbedret kommunikasjon kan være med på å påvirke hvordan utøverne oppfatter sin rolle og forventninger til denne rollen (Eys, Carron, Beauchamp & Bray, 2003).

Videre skriver Brønn og Arnulf at å være leder innebærer å ha et ansvar for resultater, også dersom resultater uteblir. De er med på å skape roller, mål og arbeidsoppgaver som skal være meningsfulle for de som skal delta i arbeidet. Her kan visjoner og planer være med for å mobilisere fremtiden som kan kommuniseres skape et fremtidig mentalt bilde. Visjoner

trenger ikke være lange, men være rammer for hva budskapet skal treffe (Brønn & Arnulf, 2019, s. 131-135). Ifølge Høigaard er det meste av ledelsesteorier basert på arbeids- og organisasjonslivet, men det er likhetstrekk som kan gi en sammenligning til forholdene. Treneren ses likevel på som et «støtteapparat» og har sentrale oppgaver for idretten. Treneren skal legge til rette for prestasjoner og gode forhold, samt gi innflytelse til hvordan arbeidet skal samordnes og koordineres. Endringer som trenerskifter kan skje på grunn av flere forhold. Det kan være endringer på grunn av krise, men dette er også påvirket av graden av endringserkjennelse fra gruppa. Det er både økonomiske og fysiske rammer som klubben har, som kan være en påvirkningsfaktor for hvilke endringer som har mulighet for å bli gjort. Dersom man ser på rollen som trener, har det også tilknyttet noen faktorer som kan være avgjørende for en god lederrolle. Disse faktorene innebærer forståelse om at for eksempel håndball er et teamarbeid og krever også sosiale aspekter i tillegg til de idrettsfokusede aktivitetene som treningsmetoder og taktikk. Det må være en kompetanse for å følge opp og iverksette tiltak, evner til samarbeid og kunne reflektere over eget arbeid (Høigaard, 2008, s. 192-196).

Videre skriver Høigaard at med autoritære personer kommer også spørsmål om makt og hvordan man anvender det i situasjoner. Makt handler om å ha innflytelse og kunne påvirke andre, men hvordan blir denne makten brukt? Og er det til deres eller gruppens beste? Makt vil være et viktig virkemiddel for å realisere en gruppes mål. Man kan også si at makt er blant annet basert på informasjon. I en trenersituasjon vil de ha tilgang til informasjon som ikke utøverne nødvendigvis har tilgang til, som kan ha betydning for deres eller gruppas prestasjon. Det er flere faktorer som kan være i forbindelse med makt, men også trenerens innflytelse i form av kunnskap og erfaringer som de har (Høigaard, 2008, s. 199-201).

Enoksen et.al. skriver at forholdet mellom lederstil og utøvere sine psykososiale svar samsvarer med ideen om at treneratferd har en betydelig rolle for prestasjoner. I sammenheng med elitesport er kravene for å forbedre forholdet mellom trenere og utøvere høye, og trengs kontinuerlig forbedring. I en treningsprosess vil trener og utøver ofte operere i forskjellige kontekster hvor det er behov for nærhet, engasjement, sosial støtte, nytelse og mulighet for selvoppfyllelse. Der utøverne i større grad ønsker å være en del av beslutningsprosessen, og treneren bør forstå og møte disse kravene. Studien de gjorde, viste at forholdet mellom trenerens engasjement, opplæring og instruksjoner ga positive tilbakemeldinger og sosial støtte. Utøverne bør få samme støtte på gode og dårlige dager, samt at treneren bør interessere

seg for utøverne sine interesser, som behov, utdanning, arbeidssituasjon og sosial velferd (Enoksen et al., 2014).

2.4.1 Gruppelojalitet

Høigaard snakker om begrepet kohesjon som betyr «*den kraft som bevirker at et legemes molekyl henger sammen*», som også kan ses på som «lagånd» og «gruppelojalitet». Dersom det er høy kohesjon fremheves det når man gjør det godt, og mangel på kohesjon dersom det går dårlig, et slags bindemiddel for en gruppe. I denne sammenheng nevner han hvilken tiltrekning gruppen har til hverandre, som sosial kohesjon, dersom de liker hverandre. En annen tiltrekning er oppgavekohesjon, som beregner enigheten de har om et mål, og hvordan de arbeider for å oppnå det felles målet. For at utviklingen av kohesjon skal kunne være mulig, er det viktig med blant annet god kommunikasjon mellom utøvere og mellom utøvere og trenere, samt enighet om gruppens mål. Det er flere faktorer for at denne kohesjonen også skal kunne opprettholdes, og ledelsens påvirkning er en av dem, som går inn i Carrons kohesjonsmodell. De tre andre faktorene er omgivelsesfaktorer, personlige faktorer og teamfaktorer. Spesielt ledelse-faktorer går inn på hvordan trener og trenerstil er og hvor orientert treneren er på å ivareta enkeltutøvere og gruppen. Dette er i situasjoner med høy kohesjon. I grupper der det er lav kohesjon, kan man anta at lederen fokuserer mer på prestasjoner, større rolleklarhet og individuell tilfredsstillelse, samt om treneren er autoritær. Forholdet mellom trenere og utøvere har også en påvirkningskraft. Er det preget av tillit og aksept til hverandre, og går de inn på mer personlige forhold? Kohesjon kan dermed være med på å definere prestasjoner og ha et forhold til hverandre (Høigaard, 2008, s. 124-132).

3 Metode

I dette kapitlet skal jeg gjøre rede for hvilke metodiske tilnærminger jeg har brukt som fremgangsmåte i min oppgave. Disse metodiske aspektene vil bli drøftet og gjort rede for. I denne studien har jeg brukt triangulering og fokusert i hovedsak på dybdeintervju med spillere og trenere på de to elite-håndballagene. Jeg fikk tilgang til de to lagene sine Facebook-grupper og samlet inn data til gjennomføringen av en innholdsanalyse. Deretter har jeg kategorisert og kodet datagrunnlaget, og vil deretter gå inn på hvordan datainnsamling og behandling av data har foregått, samt tatt en vurdering av forskningens kvalitet.

3.1 Valg av metode

Målet med valg av metode avhenger av hva man skal studere, men fokuserer på å belyse problemstillingen min som omhandler «Hvordan anvender to elite-håndballag kommunikasjonskanaler og hvilke ulike årsaker påvirker kommunikasjonen?»

Jeg har i denne oppgaven valgt å gjøre en innholdsanalyse av Facebook-poster. Bakgrunnen var for å styrke datagrunnlaget som er dybdeintervju med spillere og trenere på to elite-håndballag. Jeg har i denne oppgaven valgt et eksplorativt forskningsdesign, som har som formål å undersøke forhold eller fenomener som er mindre kjent. Det er også mål og utforske spørsmål som man i fremtiden kan se mer på (A. Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010, s. 58). Kvalitativ og kvantitativ metode skiller man hovedsakelig ut i fra hvordan innsamling av data foregår og har ulik forskningslogikk. I kvalitative undersøkelser så samler man inn tekst og ord, mens den kvantitative undersøker informasjon som kan gjøres om til tallmessige undersøkelser (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 31).

Ifølge Creswell velger man å ha metodetriangulering på grunn av dens styrker av både kvalitative og kvantitativ undersøkelse minimerer begrensningene av begge tilnærmingene, selv om metodene i dag er nokså komplementære (Creswell, 2014, s. 218-219). Ut i fra metoden velger jeg i denne oppgaven å bruke metodetriangulering, men på grunn av problemstillingen vil de kvalitative dybdeintervjuene ha en større betydning. For å skape et større meningsinnhold for dybdeintervjuene var det relevant å gjennomføre en innholdsanalyse av Facebook-postene til lagene. Ut i fra dette kartla jeg hva slags innhold som deles på deres interne Facebook-gruppe. Sett på hvilken respons innholdet får og knyttet dette til deres forståelse av kommunikasjon. I arbeidet med å utforme en problemstilling i den kvalitative forskningsprosessen kan man revidere og utarbeide problemstillingen mens man parallelt arbeider med innsamling av data, analyse og tolkning. I motsetning til den kvantitative metoden, avsluttes vanligvis datainnsamlingen når man skal starte med analysen (Thaagard, 2013, s. 31-32). Problemstillingen vil derfor være en slags retningslinje for hvordan forskningen og arbeidet utformes, som også blir kalt prosjektets design. Den er likevel ikke nødvendigvis satt på forhånd, men kan utarbeides etter hvert i prosessen (Thaagard, 2013, s. 49-51). Basert på problemstillingen har jeg også forskningsspørsmål som jeg besvarer i analysekapittelet.

3.1.1 Analyse av Facebook-innhold

I forbindelse med innsamling av data til innholdsanalysen av Facebook-postene, så ønsket jeg å se hva slags innhold de to håndballagene delte på kommunikasjonskanalen. I en innholdsanalyse kan man se hvordan kommunikasjon fungerer i praksis, fordi det kan være vanskelig å sette ord på hvordan man kommuniser. Dette er en formell kommunikasjonskanal som begge lagene anvender. Jeg registrerte Facebook-postene ved å ta skjermbilde og deretter kategorisert jeg innholdet i postene etter sportslig innhold, sosialt innhold og annet. Det var totalt et antall på 21 Facebook-poster i en tre uker 07.01-28.01 på begge lagene til sammen. Innholdet i postene ble definert ut i fra om kriterier om innholdet var relatert til trening og fysisk aktivitet på laget (sportslig innhold), innhold som kunne være sosialt byggende for laget (sosialt innhold) og dermed ville resten av innholdet være annet (annet). Innholdet ble også fargekodet etter hva slags type innhold det var for å skape en bedre oversikt. Knyttet til innholdet så jeg også på respons på postene ut i fra liker, kommentar eller om det var blitt sett. Jeg har også sett på hvem som er den hyppigste avsender av informasjonen, for å se hvem som er de mest aktive til å dele informasjon på siden. Denne informasjonen ble derav kodet og lagt inn i et dokument for å skaffe en oversikt. Som nevnt tidligere fokuserte jeg på avsender, innhold og respons.

Innholdsanalysen ble gjennomført med hensikt å bygge opp informasjon for å gjennomføre de kvalitative dybdeintervjuene og samt at intervjuguiden ble mer innholdsrik. På bakgrunn av dette brukte jeg innhold fra Facebook-postene til å stille informantene spørsmål angående disse. Jeg brukte skjermbilder for å vise informantene innholdet og skape et større engasjement rundt svarene. Noen av spørsmålene som ble stilt handlet om innholdet i postene, betydningen av det og deres tanker om respons på Facebook-postene. Schweps og Østbye skriver at metodene kvantitativ og kvalitativ er utviklet og litt forskjellige. Innholdsanalyse er gjerne sett på som analyse av medieinnhold, hvor forskeren utfører en systematisk kategorisering og opptelling av koding. Kodingen kan være ulike størrelser, alt fra setninger, artikler og kapitler, eller så kan det defineres som personer eller bilder i teksten (Schweps & Østbye, 2013, s. 171-173). På bakgrunn av innholdsanalysen brukes det ikke for å trekke konklusjoner, men for å skape engasjement og diskusjon hos informantene. Jeg går derfor heller ikke særlig i dybden på hva innholdet er, men intervjuguide finnes i vedlegg 1.

For å få gjennomført innholdsanalysen av Facebook-innholdet, måtte jeg få tilgang til lagene sine interne grupper. Gruppene er lukkede grupper som man må få en invitasjon for å få

tilgang til. Dette ble på forhånd godkjent av spillerne som allerede var medlemmer, og ble lagt til av trenerne. I den gitte tidsperioden var ikke alle medlemmene aktive med å poste noe, og derfor ble utvalget i innholdsanalysen det som var postet på Facebook i denne tidsperioden. Ifølge Johannessen, Tufte & Christoffersen ønsker forskere ofte å si noe om hele populasjonen, noe som ideelt sett vil omfatte mange enheter og en sammensetning av ulike egenskaper, for eksempel at det er like mange kvinner og menn. Dette vil man da kalle et representativt utvalg (A. Johannessen et al., 2010, s. 241)

3.2 Dybdeintervju

Denne oppgaven er i hovedsak knyttet til kvalitative dybdeintervjuer. Ifølge Tjora er dybdeintervjuene gjerne frie og ønsker å skape den frie samtalen. Dybdeintervju blir også kalt for semi-strukturerte intervju, hvor informanten skal reflektere over egne erfaringer og meninger knyttet til problemstillingen. Man ønsker også å stille åpne spørsmål som kan være med på å skape mer dybde i det de ønsker å fortelle (Tjora, 2012, s. 104-136). Det ble dermed gjennomført åtte dybdeintervju med spillere og trenere på de to håndballagene. Tre spillere på Herrelaget, tre spillere på Damelaget og én trener på hvert av lagene. Før jeg startet med gjennomføringen av dybdeintervjuene søkte jeg til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) om godkjenning av prosjektet og intervjuguide.

Ifølge Gripsrud, Silkoset & Olsson gjennomføres individuelle dybdeintervju når man er interessert i individers personlige meninger eller lignende. Det blir gjort i en én-til-én-situasjon hvor intervjuguide og tid- og kostnadspektivet er sentralt for utførelsen. Slike intervju er svært kostbart og er tidskrevende arbeid (Gripsrud, Silkoset & Olsson, 2010, s. 90). På grunn av at det ikke er like mange trenere som spillere, var det dermed også naturlig å ha flere intervju med spillerne. Dybdeintervjuene hadde en varighet mellom 26 og 54 minutter. Dette var mye på grunn av at noen informanter svarte mer utfyllende enn andre, noe som er nokså naturlig. Tjora forteller at for å lykkes med slike intervjuer er det viktig at informantene kan snakke åpent og at man derfor skaper en komfortabel stemning. Både informant og intervjuer vil ha noen forventninger om hvem den andre personen er, noe som også kan ha en påvirkning på kommunikasjonen i en slik situasjon. Det kan også være påvirkninger som kjønn, alder og livssituasjon. Det er også anbefalt at informanten velger sted hvor intervjuet skal foregå. Dette kan være informantens arbeidsplass eller i nærmiljøet hvor de føler seg trygge (Tjora, 2012, s. 110-120). I forbindelse med prosjektet og problemstillingen har også dette vært sentralt. Når jeg kontaktet informantene var det de som

fikk velge hvor intervjuene skulle gjennomføres. Informantene representerer begge kjønn og forskjellig livssituasjon. En trener har også trent laget lengre enn den andre, og noen spillere har vært på laget lengre enn andre.

3.3 Intervjuguide

For å gjennomføre intervjuene med informantene var det viktig å lage intervjuguide på forhånd (vedlegg 1). I vedlegg er det kun en intervjuguide for å illustrere oppsettet. Prosessen med intervjuguide startet når tema for oppgaven ble satt. Innholdet i intervjuguiden var om hvordan de kommuniserer, digital kommunikasjon og kommunikasjon i kamp. En fordel for meg i dette prosjektet er at jeg fra før har en del kunnskap om håndball og kjennskap til lagene, og dermed også naturlig å kunne stille oppfølgingsspørsmål knyttet til dette. Tjora skriver at en intervjuguide er viktig for å strukturere intervju. I motsetning til spørreskjema hvor spørsmålene må være helt utformet, kan intervjuguiden i et intervju være stikkordspreget (Tjora, 2012, s. 129-134). Formålet med å ha intervju er og utforske tema som vi ønsker mer informasjon om. Dermed vil det også være viktig å stille spørsmål som informantene kan reflektere over og ha utfyllende kommentarer til det som blir spurt om. Derfor valgte jeg også å stille åpne spørsmål (Thaagard, 2013, s. 95-100). En intervjuguide vil ifølge Tjora inneholde oppvarmingsspørsmål, hovedspørsmål og avslutningsspørsmål. Dette er med på å gjøre informanten mer komfortabel med situasjonen og mer forberedt på å reflektere rundt de sentrale spørsmålene. Avslutningsvis vil informantene snakke seg tilbake til det konkrete, og avslutte intervjuet (Tjora, 2012, s. 129-134). I denne oppgaven er det blitt utformet to intervjuguides, en til trenere og en til spillere, samt at de var forskjellige ut i fra om det var Damelaget eller Herrelaget. Utformingen av spørsmålene var nokså like med tanke på tema, men annerledes formulert med hensyn til hvilken posisjon de har. Intervjuguiden bestod av et par oppvarmingsspørsmål til innledning, så over i to hoveddeler og avslutningsvis med avrundingspørsmål. Intervjuguiden hadde noen spørsmål knyttet til innholdsanalysen. Der informantene fikk spørsmål om hva de tenkte om Facebook-innholdet og respons som var på dem. I forkant av intervjuene gjennomførte jeg et testintervju på en bekjent, og fikk testet utformingen av intervjuguiden og hvor cirka hvor lang tid det ville ta. I intervjusituasjonen så ble intervjuguiden fulgt, men valgte som sagt semi-strukturert intervju, hvor jeg kunne stille oppfølgingsspørsmål til informanten dersom det var nødvendig. Da kunne jeg gå tilbake til spørsmål dersom det var relevant senere i intervjuet. Jeg brukte en iPad til å følge intervjuguiden og for å vise frem Facebook-postene til informantene underveis i intervjuet.

Det ble også tatt lydopptak på min private mobiltelefon, noe som informantene godkjente på forhånd.

3.4 Utvalg

Utvalget baserer seg på spørsmålet om hvem forskeren skal få informasjon fra. I dette tilfellet var utvalget preget av temaet i oppgaven som handler om kommunikasjon i elite-håndballag. Kvalitative studier har ofte strategisk utvalg, som vil si at man skaffer informanter som har visse egenskaper og kvalifikasjoner som er strategisk knyttet til problemstillingen og teoretiske perspektiver. I og med at kvalitativ forskning kan omhandle personlige temaer, kan det være vanskeligheter med å skaffe deltakere. Dermed kan man få et tilgjengelighetsutvalg, hvor deltakerne representerer egenskaper som er relevant for problemstillingen og at de er tilgjengelige for forskeren. Det er vanskelig å si at utvalget blir representativt for populasjonen, men i strategiske utvalg kan man velge ut deltakere som er typiske mot de fenomenene som studeres (Thaagard, 2013, s. 60-64). På bakgrunn av dette valgte jeg to klubber som var interessert i å være en del av prosjektet, et herrelag og et damelag. Hvor jeg kontaktet trenerne for lagene med forespørsel om spillere som ønsket å stille til intervju og intervju med trenerne. Trenerne som hadde best kontroll over spillerne og hadde kjennskap til spillerne, valgte ut noen, og fikk noen av spillerne som ønsket å stille til intervju. Ut i fra dette fikk jeg tre spillere fra hvert av lagene. Ifølge Johannessen et.al. kan man forske på populasjonen eller befolkningen, og det kan være både enkelt og vanskelig å avgrense. Man snakker derfor om representativt utvalg som skal kunne representere samtlige enheter i populasjonen (A. Johannessen et al., 2010, s. 240-245). Utvalget er dermed med på å skape en forståelse for ulike spillere på et lag og hvordan kommunikasjon for elite-håndballag er. Det kan på en annen side ikke representeres for hele populasjonen, men gir et godt innblikk i hvordan disse to elite-håndballagene kommuniserer og årsaker som påvirker dem.

Som sagt representerer informantene to forskjellige lag, Herrelaget og Damelaget, hvor alle har på grunn av anonymitet fått fiktive navn ut i fra kjønn. Slik Tjora skriver er dette med tanke på forskningsetikk og at informanten ikke skal komme til skade. Det ble gitt informasjon til informantene i forkant av intervjuet, at de hadde mulighet til å trekke seg fra intervjuet og før prosjektets slutt, samt at det var anonymt å delta (Tjora, 2012, s. 159-161). I tabell 1 kan man se en oversikt over informantene fra de to lagene.

Tabell 1

HERRELAGET	DAMELAGET
THOMAS	MARIANNE
RONNY	ANASTASIA
HENRIK	ANDREA
TRENER SONDRÉ	TRENER ARILD

3.5 Gjennomføring av intervju

I oppstarten var det viktig og først skaffe informanter til gjennomføringen av dybdeintervjuene. Som nevnt tidligere kontaktet jeg trenerne til lagene, og jeg hadde da fått rekruttert til sammen åtte informanter til dybdeintervju. Ifølge Tjora er det viktig forutsetning for å lykkes med intervju at man greier å skape en avslappende stemning. Dette er for at informantene skal føle seg trygge og at stemningen er komfortabel. De skal kunne fortelle om personlige erfaringer og hvor digresjoner er lov, men likevel som intervjuer skape en viss struktur. Lokasjoner kan være hjemme hos dem eller i deres nærmiljø (Tjora, 2012, s. 109-121). Alle informantene fikk derfor spørsmål om hvor de ønsket å bli intervjuet, og mange av intervjuene ble holdt i hallen hvor de trener. Men, også på campus til studiestedet på grunn av at noen var studenter. Ved å la informantene velge tid og sted på intervjuene, samt stille innledningsspørsmål, så opplevde jeg at informantene var avslappet. Samt at jeg underveis bekreftet det som informantene sa ved å nikke eller bekräftelsesord som «ja og mhm».

Dybdeintervju tilstreber en uformell situasjon, men ofte kan informantene ha forventninger om at det er intervjueren som skal drive fremover og kan føre til korte og konsise svar av informanten. Her kan forventninger og faktorer som kjønn, alder og livssituasjon være en påvirkning (Tjora, 2012, s. 109-111). En intervjusituasjon kan være et asymmetrisk maktforhold, hvor intervjueren styrer situasjonen og gjennom å stille ytterlige spørsmål (Kvale, 2002). I denne situasjonen kan min posisjon som kvinnelig student være en påvirkning, og fordi jeg ikke har lik type erfaring som det spillerne og trenerne har.

Det ble gjort lydopptak ved gjennomføring av intervjuene ved å bruke smarttelefon. Ifølge Tjora er dette en hovedregel når man skal gjennomføre dybdeintervju, fokusgrupper og fokuserte intervju. Ved å bruke lydopptak kan man fokusere på det som informanten forteller og sørge for at det er god kommunikasjon og flyt i samtalen. Intervjuene hadde som nevnt

tidligere en varighet på mellom 26 og 54 minutter, fordi noen informanter svarte i større grad mer utdypende enn andre. Informantene godkjente bruk av lydopptak i forkant av intervjuene (Tjora, 2012, s. 137-138).

3.6 Behandling av datamateriale

Lydopptakene av dybdeintervjuene var kun for transkriberingen og slettet ved prosjektets sluttdato, noe som også informantene ble informert om i forkant av intervjuet. Etter at alle intervju var gjennomført med informantene, ble en viktig oppgave å transkribere alle intervju og alt som informantene hadde sagt. Transkribering gjør det lettere å skrive en analyse, fordi man får alt datamaterialet utskrevet i ord og ikke på lydopptak. Transkripsjonen er skrevet på bokmål for å anonymisere og normalisere det som blir sagt. Dette er også for å unngå dialektord som kan ha en særegen betydning og som kan være med på å identifisere enkeltindivider. Transkripsjonen og sitatene i analysen er merket med «I» for informanter og «A» for meg som intervjuer (Tjora, 2012, s. 144). Sitatene som blir brukt i analysen er ikke særlig endret og bærer preg av slik de forteller, med unntak av dersom de bruker mye fyllord.

For å organisere transkripsjonen tok jeg i bruk koding. Dette var for og lettere organisere tematikken som ble nevnt i intervjuene og bruke dette i analysedelen. Ifølge Tjora er det hensiktsmessig å jobbe med empirien, og da jobbe seg gjennom materialet og opprette koder. Alle kodene kan beskrive generelle tema som intervjuene handler om, og inneholder tekstutdrag (Tjora, 2012, s. 179-184). For å kode innholdet i transkripsjonen min brukte jeg dataprogrammet NVivo som er gratisprogram som er anbefalt av NTNU, der det er mulig å kode tekst i kategorier. Som Ringdal skriver, er det et hjelpemiddel til å omforme intervjuet til en mer abstrakt gjengivelse. Gevinsten skal være at man lettere holder orden, og man kan søke på bestemte ord (Ringdal, 2013, s. 250-251). Her måtte jeg først legge inn alle transkriberte intervju, for så å kode innholdet etter flere tema for lettere å bruke det til å skrive analysen. Det som er ulempen med denne kodingen er at man kun får hva informanten sier, og ikke hva de snakker om. Derfor var det også gunstig å gå tilbake til transkripsjonen for å se kodingen i lys av konteksten det ble sagt (Tjora, 2012, s. 182).

3.6.1 Ethiske utfordringer

«Etikk er læren om moral, om hva som er rett og galt. Forskningsetikk er de grunnleggende moralnormene for vitenskapelig praksis» (Ringdal, 2013, s. 251). Ringdal skriver videre at man som forsker kan unngåelig påvirkes av andre, som igjen kan påvirke valg av data,

resultatpresentasjon og hvordan tolkningen blir. I forskningssituasjoner skal man også tenke på beskyttelse av personene (Ringdal, 2013, s. 451-454). Som nevnt tidligere skal man ifølge Tjora først og fremst vært opptatt av at informantene ikke skal komme til skade. Dette er spesielt hvis det er sensitive og vanskelige tema som blir snakket om (Tjora, 2012, s. 159-160). Som nevnt tidligere så søkte jeg til NSD på grunn av lydopptak av intervjuene og behandling av datamaterialet. I tillegg kunne oppstå sensitiv informasjon, dermed fikk måtte informantene skrive under på en samtykkeerklæring (vedlegg 2). I denne oppgaven kom det ikke frem noen tema som var spesielt vanskelige. Man kan likevel tenke på etiske dilemma som kunne ha dukket opp, som for eksempel mobbing eller uthenging av enkeltpersoner. I arbeidet med innholdsanalysen kunne jeg også ha støtt på uheldige kommentarer eller mobbing. Dette var heldigvis ikke tilfellet. Selv om det ikke er spesielt sensitive tema, kan anonymitet være med på å beskytte informantene dersom det kommer frem personlige meninger og at andre ikke skal ha kjennskap til hvem informantene er når prosjektet blir publisert. På bakgrunn av dette fikk alle informanter fiktive navn, samt at lagene også har fått fiktive navn med «Herrelag» og «Damelag». Trenerne var positive til dette prosjektet, fordi de da kanskje kunne få et annet innblikk i hvordan spillergruppa tenker om kommunikasjonen og hvordan deres rolle som trener påvirker. Lydopptakene som ble gjort i forbindelse med intervjuene ble slettet når all transkripsjon var gjennomført.

3.7 Vurdering av datamateriale

I samfunnsvitenskapelig metode benytter man seg ofte av tre kriterier relabilitet (pålitelighet), validitet (gyldighet) og generaliserbarhet som skal indikere kvalitet (Tjora, 2012, s. 202).

Pålitelighet

Ifølge Tjora vil alltid forskeren ha et engasjement for det som forskes på og kan oppfattes som støy, men man ser likevel at et visst engasjement er viktig. Det er derfor viktig å gjøre rede for forskerens egen posisjon og hvordan det preger forskningsarbeidet (Tjora, 2012, s. 202-203). Jeg har prøvd å holde spørsmålene så åpne som mulig og ikke stille ledende spørsmål. Ved å ha semi-strukturerte intervju kan det også være med på å redusere feil. Thagaard nevner også at begrepet refererer til dersom en annen forsker anvender de samme metodene, så vil de komme frem til de samme resultatene (Thagaard, 2013, s. 201-202). Som forsker hadde jeg ikke et personlig forhold knyttet til spillerne eller trenerne, kun noe kunnskap om temaet fordi jeg selv har spilt håndball tidligere. Johannessen et.al. skriver at det ofte er samtalen som styrer datainnsamlingen og at man som forsker bruker seg selv som et instrument. Forskeren

kan gi leserne en bedre kontekst ved å gi dem beskrivelser og en åpen fremstilling av fremgangsmåte for forskningsprosessen (A. Johannessen et al., 2010, s. 245). Ved å gjengi mange av sitatene til informantene, så gir dette leserne et godt innblikk i hva som ble sagt, noe som også styrker påliteligheten. Jeg har også gjort rede for utvalg av informantene og min posisjon som forsker.

Gyldighet

Tjora snakker også om gyldighet knyttet til spørsmålet om svarene knyttet til forskningen, faktisk svarer på spørsmålet man stiller. Man kan styrke gyldigheten ved å være åpen om forskningen ovenfor de valgene man tar når deg gjelder data og teori knyttet til analysen (Tjora, 2012, s. 206-207). I denne oppgaven vil gyldigheten være knyttet til problemstillingen, utviklingen av intervjuguide, innholdsanalysen og selve intervjuene. Intervjuguiden er knyttet til problemstillingen og ble derav utformet. Intervjuguiden ble utformet for å kunne svare på hvordan lagene kommuniserer og påvirkninger av kommunikasjon. Ved å velge triangulering fikk jeg tilgang til mer informasjon enn jeg i utgangspunktet får ved bare å velge en metode, og får flere perspektiver for temaet og analysekapitlene, som kan ha vært med på å styrke gyldigheten.

En av utfordringene var at jeg som forsker kunne ha stilt mer presise spørsmål slik at alle informantene forstod akkurat hva spørsmålene innebar. Noe som kunne ha styrket gyldigheten. Det gjaldt bare et par av informantene som svarte på noe annet. Noen av informantene pratet mer enn andre, og måtte ledes tilbake til opprinnelig spørsmål. I innholdsanalysen vil jeg si at min rolle som forsker ikke har påvirket resultatene, fordi i datainnsamlingen gikk jeg tilbake i arkivet på Facebook og så på hva som var blitt postet tidligere. I perioden som datainnsamlingen har blitt gjort, er det en periode der lagene er aktive og midt i en sesong, og dermed gyldige for denne perioden. Det er også lite forskning på hvordan kommunikasjon i håndballag fungerer og hvordan ulike årsaker kan påvirke situasjoner. Derfor har jeg knyttet mye av det teoretiske til organisatorisk internkommunikasjon, noe som kan ha en svakhet siden kommunikasjon og internkommunikasjon mest sannsynlig ikke vil være helt lik. På en annen side er også håndballag en type organisasjon og begge vil bære preg på at arbeidere/lag vil møtes jevnlig, ofte hver dag. Jeg føler likevel at dette har gitt en relevant tilknytning til hverandre og gitt meg den informasjonen som jeg trengte for å knytte det opp mot min problemstilling.

Generaliserbarhet

Kvale sier at noe man stadig stiller spørsmål til i forbindelse med intervjustudier er hvorvidt funnene er generaliserbare (Kvale, 2002, s. 160). Østbye, Knapskog, Helland og Larsen forteller at generalisering er noe som skjer automatisk og kontinuerlig, enten vi ønsker det eller ikke og det skjer i alle faser av forskningsprosessen. Generalisering innebærer at man gjør en kategorisering og tilskriver noen visse egenskaper (Østbye, Knapskog, Helland & Larsen, 2002, s. 239-241). Tjora snakker også om moderat generalisering, som er noe jeg kan knytte denne oppgaven til. Dette er fordi utvalget er nokså lavt og representerer bare to håndballag. Utvalget er dermed også knyttet til mitt valg av håndballag. Moderat generalisering må man ta en vurdering på om en studie kan brukes til indikasjon på om noe kan skje i en annen situasjon (Tjora, 2012, s. 212-214). Når det er tatt stilling til utvalget på lagene, så var det ønskelig å ha informanter som var forskjellige med tanke på livssituasjon og posisjon, noe jeg føler at ble gjort. Funnene som har blitt gjort vil jeg anta at er først og fremst mest relevant for lagene, men kan gi forklaringskraft til andre lag i samme posisjon som dem. Jeg mener at forskningen kan gi videre grunnlag for diskusjon og forskning, da det også kan være andre påvirkninger til problemstillingen.

4 Analyse

I dette kapittelet presenterer jeg bruk av kommunikasjonskanaler for de to elite-håndballagene og hvilke kanaler som er sentrale for dem å bruke. Videre presenter jeg funn i innholdsanalysen av Facebook-gruppen som er basert på Facebook-poster i en periode på tre uker. Denne innholdsanalysen dannet grunnlag for dybdeintervjuene, hvor informantene fikk spørsmål knyttet til funn.

4.1 Bruk av Kommunikasjonskanaler

4.1.1 Kommunikasjonskanaler

Før man kan se på hvordan håndballagene bruker kommunikasjonskanalene, er det viktig å få et overblikk over kommunikasjonskanaler lagene benytter seg av. For valg av kommunikasjonskanaler og kommunikasjonsverktøy som fungerer best og mest effektivt må man tenke på blant annet målgruppen, tilgjengelighet og innhold. Samtidig som sosiale medier er med på å gjøre kommunikasjonen mer effektiv, og samtidig tenke på at det ikke er garantert budskapet er mottatt og forstått (Brønn & Arnulf, 2019, s. 35-62).

Begge håndballagene bruker Facebook, Snapchat og WhatsApp for å kommunisere med hverandre, utenom det som foregår muntlig på trening. På Facebook har de begge private grupper hvor de poster generell informasjon som er relevant for spillerne, trenere og resten av teamet rundt. Facebook virker å være en etablert kanal som lagene har brukt lenge. Ikke den som blir mest brukt for å kommunisere til enkeltpersoner, men heller til fellesskapet. De har også Facebook-chat som også brukes som meldingstjeneste. WhatsApp blir brukt som en meldingstjeneste hvor de kan skrive direkte meldinger til hverandre. Snapchat brukes for spillerne til å sende interne bilder til hverandre. På både WhatsApp og Snapchat er ikke hele teamet rundt medlem, men blir brukt som private plattformer hvor de har en mer uformell tone. Noen av spillerne nevner i intervjuene bruk av e-post. Dette virker ikke å være en stor del av hvordan de kommuniserer med hverandre eller ikke tenker på det som en kommunikasjonskanal.

På Herrelaget forklarer Henrik hvordan de kommuniserer med hverandre:

Eh, på mange måter. Selvfølgelig muntlig når vi er ansikt til ansikt. Vi snakker på telefon, vi snakker, eller kommuniserer på SMS, Messenger, Snapchat, Instagram, Facebook ja. Omtrent det meste da. Det er jo mye fordi at de du spiller med er også dine kompiser, så det er jo ikke sånn at vi kommuniserer håndball hele tiden i alle medier. Men, kommunikasjon er det.

Han forteller at de bruker opp til flere kanaler å kommunisere på. Selv om de kommuniserer på trening så kan de også snakke om andre ting enn kun det som er håndballrelatert og derfor kan ha den uformelle tonen. På begge lag påpeker de også at de bruker Dropbox som et digitalt verktøy, hvor trenerne legger ut video til forberedelse til kamp, noe som Ronny også forklarer hvordan de anvender:

[..] Vi har Dropbox hvor det legges ut videosnutter. Der kan jeg spør Sondre hvis jeg har lyst om kan du klippe ut noe video av hvordan jeg gjorde det sist kamp mot dem eller, eller gode situasjoner fra forrige kamp. Så den Dropboxen den er på en måte fylles opp mer og mer, så vi bruker jo video til å se på forberedelser på lagene, så har vi også en i etterarbeidet.

Ronny forteller at de bruker Dropbox ikke bare til å se på videoer, men også for at treneren kan legge til rette for at de skal kunne bruke video for å analysere sitt eget spill. Marianne forklarer også hvordan Trener Arild bruker Dropbox til å publisere videoer til spillerne:

Ja, som den Messenger-appen så legger Arild ut masse klipp. Både av de i angrep og oss i forsvar og oss i angrep. Enkeltspillere, man kan gå inn å se på akkurat det man selv trenger da for å være best mulig forberedt til kampen. Også i tillegg så ser vi på video sammen på storskjerm på trening først, også går vi ut og øver på det etterpå.

Treneren deler video i Dropbox og deler det deretter i Facebook-Messenger. Dette brukes slik at enkeltspillere selv kan gå inn å se på videoer og forberede seg til kamp. De bruker også video i treningssammenheng og til å øve på det de ser på videoen etterpå. Hun forklarer at de tidligere måtte gå inn selv på Dropbox for å se videoene, men at problemet da var lagringsplass fordi Dropboxen ble full og det var vanskelig å finne frem:

Vi har jo også Dropbox som vi i tillegg har brukt. Det har vi sluttet med nå, vi brukte TeamAlert i stedet for Dropbox, fordi den Dropboxen ble full hele tiden. Og da måtte man liksom betale og sånn i måneden så det gidder man ikke å gjøre, for at man skal få meldinger der.

Man kan dermed si at Dropbox blir brukt som en enveiskommunikasjon, fordi sentralt i en toveisprosess får man tilbakemelding på det som budskapet som blir gitt (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 191-192). Spillerne får her tilgang til videoklipp, og analyserer dem selv. De to lagene har på mange måter like kommunikasjonskanaler, men Herrelaget har ikke like mange forskjellige apper som det Damelaget har. Marianne forklarer at de også bruker appen TeamAlert, som den mest brukte til å kommunisere mellom trener og spillere. De synes det var vanskelig å bruke Dropbox til å sende meldinger. Mye på grunn av lagringsplass og at de ikke ønsket å betale for å få den type informasjon:

Vi bruker TeamAlert-appen i hvert fall, hvis det er beskjeder og han legger ut økter for dagen og planen for den ene dagen da, legger han ut dagen før eller morgen.

Anastasia snakker også om TeamAlert gjeldende kommunikasjon mellom trener og spillere, men nevner også hvilket formål Facebook-gruppen og appen Spond, har for dem:

Vi bruker TeamAlert. Også har vi en sånn WhatsApp gruppe med bare spillere også har vi en Facebook-gruppe hvor det er enda flere fysioterapeuter, styrketrenere og alle styreledere og alt mulig. Så tror det er de tingene vi har. Vi har en app til, det er administrasjonen. Vi brukte den litt mye i begynnelsen, men ikke nå. Men, den bruker vi ikke nå fordi det ble litt for mange ting å forholde seg til, Spond har vi brukt bitte litt.

Facebook-gruppen har informasjon som personer på flere plan i organisasjonen kan ta nytte av. De kan også gi informasjon eller skaffe informasjon som gjelder mer enn bare trenere og spillergruppa. Gruppen blir brukt som en type intranett, som senter for kunnskapsdeling og effektivisering. Å bruke Facebook til denne funksjonen, kan knyttes til Enterprise 2.0 som er med på å skape informasjonsflyt på sosiale medier (Brønn et al., 2012, s. 33-59). Andrea

forklarer først at de bruker TeamAlert, hvor de får beskjed hver dag hva som skjer på trening. Og, om den siste appen som Damelaget bruker som kommunikasjonskanal, som er Google Kalender. Hun virker veldig positiv fordi det gjør at hun har kontroll over planene fremover:

Hver dag så får vi en sånn beskjed om hva som skal skje på trening da, men så har vi i tillegg Google Kalender. Hvor han har lagt inn alle planer sånn langt frem i tid da, sånn at vi alltid på en måte har en oversikt over hva som skal skje fremover.

Både Herrelaget og Damelaget snakker om bruken av mobiltelefonen for å sende SMS og ringe til hverandre, som er i tillegg til den muntlige og digitale kommunikasjonen. Andrea forteller at hvis hun skal ha tak i treneren så sender hun en SMS. Men, dersom det er med spillerne kan hun gjerne heller sende en melding på Snapchat eller melding om det er direkte til en person. Ronny forklarer også hvordan han vil kommunisere i en-til-en-situasjon:

Og ellers, hvis det er sånn en-til-en kommunikasjon så kan det både være Facebook og SMS og telefon og sånne ting.

Dersom han skal ha direkte kontakt med noen så kan han velge mellom flere kanaler, både Facebook, SMS og ringe. Kommunikasjon via telefonsamtaler kan være en effektiv måte å ha en toveiskommunikasjon, fordi man får raske tilbakemeldinger (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 293-294). Som Brønn et.al. forteller så er intranett senter for kunnskapsdeling og effektivisering, noe som også trenere og spillere på både Herrelaget og Damelaget er inne på (Brønn et al., 2012, s. 56-59. Thomas nevner at det blir mer effektivt og at bruk digitale kanaler innad er viktig (Brønn et al., 2012, s. 56-59):

Enkelte situasjoner så er det ganske viktig. Får ut meldinger mye fortere. Så slipper treneren å ringe rundt eller sende melding til alle spillere, det er jo for så vidt digitalt det også. Så altså veldig viktig faktisk. Han slipper å løpe bort til dem og si det, så ja viktig.

Digitale kanaler kan være en bra måte å kommunisere på dersom de skal nå ut til flere samtidig, mye fordi det er en mer effektiv måte å gjøre det på. Dette er også noe som er sentralt videre i kapittel 4.2, hvor de snakker om viktigheten av kommunikasjonskanalene.

4.1.2 Facebook som internkommunikasjon

For å få en klarere forståelse av hvordan spillere og trenere oppfatter bruken av en av de sentrale kommunikasjonskanalene har jeg gjort en innholdsanalyse av Facebook-postene på deres interne gruppe. Dette har blitt gjort som et grunnlag for utformingen av

dybdeintervjuene, og bygger videre på analysekapittel 4.2 som handler om deres oppfatning av kommunikasjonen.

I analysen av innholdet på Facebook har jeg først valgt å kode alle postene i forskjellige kategorier og det ble så fargekodet deretter. «Sportslig innhold» (rød), «sosialt innhold» (grønn) og «annet» (oransje). Jeg har sett på «avsender», «innhold» og «respons», hvor jeg under respons også har sett på «liker», «kommentarer» og «sett». Responsen gir et innblikk i hvem som oppfatter hva som er på Facebook-gruppene, hva som blir skrevet og hva de andre medlemmene i gruppa har som respons på postene. I en tre-ukersperiode (07.01-28.01) hadde de to lagene totalt 21 Facebook-poster som ble publisert. Herrelaget hadde 10 stykker og Damelaget hadde 11, som er et ganske jevnt antall. Herrelaget har 29 medlemmer og Damelaget har 43 medlemmer.

Avsender er dermed de som poster noe på Facebook-gruppene og har et gjentakende mønster for å være de samme personene. På Herrelaget er det Trener Sondre som har postet seks av ti innlegg, de resterende fire er det en spiller, sportslig leder og en oppmann som har postet. Disse avsenderne har også forskjellig budskap som de ønsker at resten av gruppa skal se. På Damelaget så er det basistrener som har seks av de elleve postene. De resterende fem postene er skrevet av medieansvarlig, arrangementansvarlig, fysioterapeut og en spiller, men ingen fra Trener Arild.

Når det kommer til *innholdet* er det ut i fra kategoriseringen, et overtall av poster som har «sportslig innhold», dette gjelder begge lag og vil være naturlig på en slik plattform. Det som er definert sportslige innholdet, er på bakgrunn av innhold som er relatert til trening og det sportslige som er knyttet til laget. På Herrelaget gjelder åtte av ti poster innhold som er sportslig relatert. Det vi si at mye av innholdet er informasjon, hvor blant annet trenere skriver han kommer for sent på trening, rollekart, antidoping og statistikk for spilte kamper. Det er dermed to poster som inneholder «sosialt innhold». Det er en spiller som har skrevet om en tippekonskurranse og den andre posten med informasjon om konkurransen som han arrangerer. På Damelaget er det også mye sportslig innhold, det gjelder åtte av elleve poster. Det er i hovedsak basistrener som har skrevet disse om når han er på treningssenteret for trening og de som kommer skal kommentere når. Av disse åtte, er tre poster der innholdet er informasjon og en av dem er påminnelse til å sende inn belastning innen et tidspunkt fra fysioterapeut og

informasjon fra arrangementansvarlig. De tre gjenværende har blitt kategorisert i «annet», som handler om gratisbilletter til kamp, betale bøter og et slettet bilde på Instagram.

Responsen på de to lagene var nokså lik. Det som kjennetegner de postene som har mest respons i form av kommentarer, er dersom avsender stiller et spørsmål eller ønsker en tilbakemelding. På Herrelaget gjelder dette to poster, hvor treneren spør «vi går fortsatt for trening 15.30-17.00 på fredag» og har fått seks kommentarer, tre liker og 16 som har sett det. Den andre gjelder treneren som kommer for sent og om noen kan sette opp mål før trening. Denne posten har fått én liker, 0 kommentarer og syv som har sett det. På Damelaget er det flere poster hvor avsenderen krever respons. Det gjelder seks poster og avsender ønsker at de skal kommentere, dette gjelder fem av seks poster som er ganske like «er på treningssenteret fra 7-10 i morgen. De som kommer skriver under når». Her er det en variasjon fra tre til ti kommentarer, med åtte kommentarer som gjennomsnitt på disse fem postene. Her ser man at avsenderne ønsker en tilbakemelding for å bekrefte at informasjonen er blitt mottatt og oppfattet. Dersom denne informasjonen ikke hadde blitt forståelig formidlet, så kan man tenke at det heller ikke hadde kommet en tilbakemelding. Dette kan man se i lys av toveiskommunikasjon, fordi responsen tilsier at budskapet er forstått (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 291-293). Respons i form av «liker» er mellom null og tre stykker på Herrelaget. Det vil si at på fem av ti poster så er det ingen som har trykket liker. På Damelaget er det ingen som har trykket liker på ni av 11 poster. Funksjonen «liker» på Facebook, er et uttrykk for anerkjennelse (Haugseth, 2013, s. 98-99). På respons i form av «sett» kan man også se en variasjon på Herrelaget, hvor det varierer mellom null til 16. «Sett av» funksjonen viser når innlegg har blitt sett av medlemmene i gruppa, hvor man ved siden av innlegget kan se hvor mange som har sett det (Facebook, 2019a). Den posten som har blitt mest sett av gruppemedlemmene er den med spørsmål eller ønsker en respons. På Damelaget har alle postene i denne tidsperioden blitt sett, men det varierer også her på hvor mange som har sett det, mellom to og 37 stykker. Det er to poster som har blitt sett av 37 medlemmer, disse gjelder betaling av bot og medieansvarlig som hadde slettet en Instagram-post. Utenom det så har medlemmene sett mest på de innleggene fra basistrener om trening på treningssenteret, her er det mellom elleve og 14 stykker som har sett postene.

Lagene bruker kommunikasjonskanalene til internkommunikasjon, dette handler om både formell og uformell kommunikasjon. De kommunikasjonskanalene som blir mest brukt er dermed Facebook og WhatsApp, disse anvender begge lagene. I tillegg har også Damelaget

TeamAlert og Google Kalender. Kanalene er sentrale for at informasjonsflyt og for utveksling av ideer og synspunkter, dette gjelder både for kommunikasjon med enkeltpersoner og grupper. På bakgrunn av innholdsanalysen ble det stilt spørsmål i dybdeintervjuene angående Facebook-innholdet. I Innholdsanalysen er det mye av innholdet som er «sportslig relatert», noe som nevnt tidligere, vil være naturlig fordi plattformen er for å ha en internkommunikasjon i hovedsak mellom spillere og trenere. På Herrelaget er det Trener Sondre som er den hyppigste avsenderen av informasjon, men får lite respons dersom han ikke søker etter det. På Damelaget har ikke Trener Arild noen av postene, men basistreneren. Angående respons, så blir dette diskutert i kapittel 4.2 og som i dybdeintervjuene blir snakket om. De har ikke særlig mange Facebook-poster i perioden, som kan være fordi at utenom de digitale kanalene, så har de også en muntlig kommunikasjon. Det vil dermed være naturlig å ta opp viktig informasjon da for både spillere og trenere.

4.2 Oppfatning av kommunikasjon

4.2.1 Viktighet av digitale kommunikasjonskanaler

Ifølge Erlien handler internkommunikasjon om informasjonsflyt og utveksling av ideer. Dette kan være mellom enkeltpersoner eller grupper, og disse kan være på forskjellige deler av en organisasjon. Det handler om at medlemmer vet hva som forventes av dem. Det er ledelsen som har ansvaret for informasjon noe som kan være asymmetrisk, og ved å ha blant annet muntlig kommunikasjon kan det lettere skapes en symmetri i kommunikasjonen (Erlien, 1999, s. 15-20). På Herrelaget og Damelaget er de avhengige av den muntlige kommunikasjonen, mye fordi de treffes hver dag og det er en naturlig del av deres interaksjon med hverandre. Likevel så er de også avhengig av å ha digitale kanalene. Thomas forteller om hvor viktig kanalene er:

Enkelte situasjoner så er det ganske viktig. Får ut meldinger mye fortere. Så slipper treneren å ringe rundt eller sende melding til alle spillere, det er jo for så vidt digitalt det også. Så altså veldig viktig faktisk. Han slipper å løpe bort til dem og si det, så ja viktig.

De digitale kanalene er viktig for at informasjon skal komme ut til alle spillerne og for at alle da skal kunne få det med seg, forteller Thomas. Meldinger kommer fortere ut på de digitale kanalene i forhold til hvis treneren må ringe eller sende melding til hver enkelt spiller, samt at treneren slipper og løpe bort til dem og si det. Han forteller også at informasjonen som blir delt der er ofte ganske viktig. Det kan være dokumenter som bestillingsreferanse når de skal

ut å reise, hvor blant annet tidspunkt er viktig. Henrik er enig med Thomas at de digitale kanalene er veldig viktig:

Veldig viktig egentlig. Det er en veldig enkel måte å samle kommunikasjon på da for beskjeder du skal gi til flere, ikke sant. Og det at i en travel hverdag så kan du på en måte se på det når du har tid, kontra en telefonsamtale som du må ringe frem og tilbake. Så jeg syns det er veldig praktisk, absolutt.

Han bruker de samme argumentene som Thomas at man får samlet kommunikasjonen, og flere får den samme beskjeden samtidig. For han er det også viktig at han ikke trenger å se det som blir publisert med en gang, på grunn av hektisk hverdag. Kontra en telefonsamtale som man kan ende opp med å ringe frem og tilbake til hverandre. Informasjonen som postes digitalt er ofte viktig, og som kan være endringer eller andre oppdateringer som alle må få med seg. Ronny er enig at de digitale kanalene er viktig:

Vi er egentlig helt avhengig av dem altså, det er vi. Uten dem så hadde det blitt, ja. Det hadde blitt veldig lite effektivt og tror masse informasjon hadde gått bort, vært upraktisk og det hadde. Altså å skrive ut planer på papir og sånne ting, er liksom ikke. Det tilhører ikke vår generasjon.

Han er også inne på at mye informasjon hadde gått bort uten det digitale og at det er den mest praktiske løsningen for deres del. Han mener også at det å skrive ut planer på papir ikke er en del av hva vår generasjon bruker. Videre forteller han:

For at det skal gå effektivt nok og at det er lagret en plass altså. Tror de fleste på laget vet på en måte hvor de skal finne informasjon hvis det er noe. Så vi er helt avhengig av dem, også er vi helt avhengig av å ha flere typer. Fordi Facebook-gruppen har sine styrker at dokumentene blir lagret lenge og det er lett å finne frem til dokumenter og sånne ting. Men, WhatsApp har sine fordeler med at man kan ha telefonnummer som er både fra Danmark og det ene og det andre. Så det er litt av grunnen til at vi ikke bruker SMS-grupper.

Det som er greit med å ha det digitalt er at det er effektivt og at informasjonen blir laget en plass, der alle vet hvor de kan finne informasjonen. De forskjellige kanalene de har, er de også avhengig av, fordi de har alle sine styrker og svakheter som de får utnyttet. Trener Sondre forteller også hvorfor kanalene er viktige for han, men også for resten av laget:

For å få ut beskjeder og planverk og den type ting. Altså det er, digitalt kan være så mangt, det er Dropbox for å få ut videoforberedelser og videoklipp som de skal bruke i utviklingen sin. Planverk for periodeplaner og sånne ting for at de skal kunne strukturere hverdagen sin. [...] Det er jo veldig papirløst det vi holder på med, vi holder jeg ikke på med papiret. Så alt går jo på planverk og ja, testresultater og treningsplaner individuelt går jo digitalt. Fordi det er jo, de har jo det på telefonen sin når de er på trening, på styrketrening og den type ting så har de tilgang til det uten å ha med seg et ark.

Trener Sondre bruker digitale kommunikasjonskanaler for at spillerne skal få beskjeder og planverk, og videoforberedelser som spillerne kan benytte seg av. Periodeplanene er på nett for at spillerne skal kunne strukturere hverdagen sin, og dersom de skulle vært på papir ville det vært vanskeligere å følge opp planverket. Dersom de har med seg telefonen har de tilgang til denne informasjonen til enhver tid. Erlie støtter opp om dette og sier at informasjonsteknologi er med på å skape en bedre informasjonsflyt og at informasjonen blir mer tilgjengelig, både raskere og enklere (Erlie, 1999, s. 20). Dette er også en del av Enterprise 2.0 av McAfee som gir mulighet til samhandling og interaksjon mellom forskjellige parter, og skaper en intern informasjonsflyt som kan være nødvendig (Brønn et al., 2012, s. 33-35). Selv om trener Sondre synes at de digitale kanalene er viktig, så synes han ikke det er den beste måten å kommunisere på:

Det er den der direkte kommunikasjonen. Ja, muntlig, personlig og at vi er tilstede, nest beste må være telefonsamtale og etter det sosiale medier og sånn, langt nede på listen der.

Men for kommunikasjon med utøvere på, i det hele bildet så er det ikke viktig i det hele tatt. Det er en feil arena å kommunisere på, om det handler om for eksempel spilletid, disponering i kamp, prestasjoner i kamp, annen type ting som går på det sosiale livet, det synes jeg er, ikke hører hjemme i sosiale medier. Det tar vi over bordet eller ansikt til ansikt.

Han synes fortsatt at den direkte kommunikasjonen er viktig for og best mulig være tilstede og kommunisere med spillerne på. Dette er noe som støtter opp om hva Jacobsen og Thorsvik sier, om at muntlig ansikt-til-ansikt kommunikasjon er mer effektivt (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 155). Kommunikasjon i det hele bildet synes han ikke fungerer på det digitale, altså de sakene som omhandler det sosiale livet.

På Damelaget har de flere digitale kommunikasjonskanaler enn på Herrelaget. Marianne forteller på samme spørsmålet om viktigheten av de digitale kanalene, at for henne er det betydningsfullt å få planlegge fremover i tid for å kunne gjøre andre ting i helger:

Nei det er jo veldig viktig for at jeg skal få med meg alt som skjer og i hvert fall sånn, når jeg nevner den der Google Kalenderen også så, for at jeg skal få planlegge og bestille reise eller hvis jeg endelig har en frihelg, så må jeg vite det litt i forveien slik at jeg kan bestille hvis jeg skal bort.

Hun forteller også at den informasjonen som kommer bør være nødvendig dersom hun skal lese det. Anastasia forteller også at det digitale er viktig for at hun skal kunne ha en oversikt over planer fremover:

Vi bruker jo også sånn Google kalender, da har vi sånn lengre planer da. Så da kan vi se når vi har frihelg eller når det er ferie og sånne ting i tillegg. Så det er ganske viktig og så denne TeamAlert da, der legger han ut øktene så der får vi veldig god oversikt over hva vi skal gjøre i løpet av en dag. Så, det er veldig viktig.

Google Kalenderen er en av kommunikasjonskanalene som de bruker og flere av de på Damelaget fremhever denne som en viktig del for planverket de har. TeamAlert er viktig for den daglige oversikten over øktene. Informasjonen som blir delt på de digitale kanalene mener hun kan være både god og dårlig:

Det spørs jo hvis det er en trening som er blitt flyttet eller hvis man skal trene i en ny hall, så er det veldig viktig informasjon da. Så, men det kan jo bare være sånne småting som om noen kan stille opp på intervju eller jeg vet ikke. Det er alt mulig ja.

Anastasia sier seg enig med sine lagvenninner i at kanalene er viktig, og legger til at det er lett å kontakte hverandre når de har det digitale:

Og samtidig at, at det er lett å nå hverandre. Så det er veldig greit. Man blir jo veldig mange, så det er litt sånn greit å ha noen felles plattformer som man kan kommunisere.

Hun er også inne på fordelene med å ha slike planer digitalt versus å få det på papir:

Det er veldig viktig, jeg skjønner ikke. Det hadde vært vanskelig å holde på uten det tror jeg. Da måtte vi jo ha fått alt på papir da, så det hadde vært tungvint. Det er jo veldig lett at du bare kan samle alt på mobilen eller PC-en.

Brønn et.al. forteller om dette, og at interne plattformer har man med seg hele tiden og den nye teknologien gjør at interaksjonen blir mer lettvint (Brønn et al., 2012, s. 33-35). Anastasia sier seg også enig i at teknologien gjør det lettere for henne å ha tilgang til de planer som hun har, i stedet for å ha det på papir. Trener Arild forteller at hans rolle som trener er helt avhengig av å ha de digitale kanalene:

Nei, det er alfa omega. Jeg hadde ikke kunne hatt den rollen her hvis det ikke hadde vært for de digitale verktøyene. Da hadde jeg vært, da måtte jeg vært, da hadde dette vært en 100 prosent stilling med tanke

på møtevirksomhet og alt som må tas vis a vis. Så for meg så letter den hverdagen, det gjør faktisk at det er gjennomførbart.

Han sier at hadde det ikke vært for det digitale, hadde heller ikke hans oppgave som trener vært gjennomførbart. Han sier videre at kommunikasjonen via de digitale kanalene også er ekstremt viktig for han:

Fordi det er jo det som er kommunikasjon. Du får ikke klappet noen på skulderen gjennom Facebook. Det gjør du ikke. Men, du kan likevel få noen til å føle seg litt bedre. Da må du skrive det. Og det er enkelte ting som er, du får aldri klemte eller gratulert noen, det er en forskjell.

Han snakker her om den direkte kommunikasjonen man får når man klapper noen på skulderen, og at en slik interaksjon ikke kan finne sted på Facebook. Likevel ikke er vanskelig å få noen til å føle seg bedre ved å skrive det på digitale medier. Som Ronglan skriver, kommunikasjon avgjørende for at partene på laget henvender seg til hverandre og er viktig at de derfor også kommuniserer med hverandre. Det kan være med på å utvikle et samarbeid og kan være kjernen i et lagspill (Ronglan, 2008, s. 28-36). Disse digitale kanalene er dermed viktig for både spillere og trenere for informasjonsdeling, men også spesielt for effektivisering og planlegging. Trenerne slipper å gi informasjon til kun enkeltpersoner, men kan formidles til flere samtidig. Spillerne har også en travel hverdag og da blir det nevnt at av praktiske grunner så kan det deles digitalt.

4.2.2 Respons

På bakgrunn av innholdsanalysen på Facebook-gruppene til lagene, ble det også stilt spørsmål angående postene til både spillere og trenere. Spørsmålene som ble stilt til alle intervjuobjektene var om de kunne forklare innholdet i posten, hva de tenkte om dem og tanker rundt respons på postene.

På Herrelaget er det Trener Sondre som for det meste er avsender av informasjon, dette er også noe som spillerne er bevisst om. Thomas nevner at det er mest treneren som poster noe på gruppa, og at de kun leser og responderer om de må:

Digitalt er det mest at trener legger ut, noe vi bare responderer på om vi trenger. Eller så leser vi bare og godtar det.

Ronny bekrefter også dette, og at for utenforstående så kan Facebook-gruppa oppleves som kjedelig for andre. Ifølge Kaufmann og Kaufmann kan overføring av informasjon og mening

skje, men det er ikke nødvendigvis effektiv på grunn av tolkning av innholdet som kan være på grunn av flere årsaker. Dersom andre utenforstående av slik informasjon bare oppfatter den informasjonen, kan det altså tolkes feil (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 290-292). Ronny forklarer videre at det er mer aktivitet på de andre kommunikasjonskanalene som de bruker, enten Snapchat eller WhatsApp:

Men i utgangspunktet så er det her en ganske sånn trist og kjedelig kanal, det ser ut som vi ikke trives med hverandre egentlig. Så jeg fikk med, det var på laget så var det med kanskje, det er mye sløvsekker på laget da, men kanskje det var med fem seks syv stykker da. Men jeg hadde ikke forventet noe mer heller.

Han mener Facebook-gruppa kan være en ganske trist og kjedelig kanal, fordi det ikke er noe særlig respons på det som kommer av informasjon. Noe han mener kan tolkes som de ikke trives særlig med hverandre. Dersom det ikke er noen respons i form av tilbakemelding vil toveiskommunikasjonen bli avbrutt og ikke sirkulær som man kunne ønske (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 291-292). Videre forklarer Ronny at han tror ikke at treneren venter på den bekreftelsen på det han poster på gruppa, fordi han ikke tror det er slik han får anerkjennelse fra spillergruppa:

Jeg tror ikke Sondre sitter og venter på å få likes her, det er liksom ikke. Du kan også gå tilbake til normer, det er liksom ikke normen å like så mye der. Det er liksom kjedelig og trist informasjon som du bare må ha inn. Og ikke viser. Så jeg tror ikke på, han ville ikke ha liksom 20 likes her. Det hadde ikke gitt noe, det er ikke måten du får anerkjennelse på hos oss da, kan du si.

Ronny forklarer at Trener Sondre ikke trenger bekreftelse på postene i form av likes, men på Facebook-gruppa får de informasjon de trenger. Videre forteller han at dersom Trener Sondre ønsker tilbakemelding, søker han det ved å stille et spørsmål. Som Kaufmann og Kaufmann skriver, er tilbakemelding i en toveisprosess viktig. Det handler om å respondere i form av å stille sentrale spørsmål, og om mottaker faktisk har forstått budskapet (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 191-192). I sitatet til Ronny, handler det om et bilde med ord som beskriver laget som en gruppe og skal motivere de, og at treneren har gjort endringer som han trenger respons på om det er greit:

Der hadde han, der skreiv han at han hadde gått igjennom huset og endret på et par ting som jeg ikke syns passer oss nå. Og lagt inn et par nye ting som jeg syns passer oss bedre, noen som har forslag, hva syns dere. Da kommer det mange likes. Fordi der søkte han etter, ja er dere enige? Der tror jeg til og med at det var opp i seks syv likes. Der var det en annen hensikt. Hvis du bare ser den så skjønner jeg at det ser trist ut.

Trener Sondre får spørsmål om hva han tenker når ingen har likt eller kommentert et innlegg som han har postet. Dette gjelder et bilde med ord som skal motivere dem, og forteller at ofte har snakket og diskutert planer tidligere. Dermed blir det heller ingen stor respons på det som blir postet, fordi spillerne allerede vet hva som kommer. Han heller ikke lagt merke til at ingen har likt eller kommentert posten:

Nei, jeg håper de har sett det da. Det har ikke jeg lagt merke til, at det er ingen som har likt det og kommentert det. Det er helt vanlig syns jeg. Sjeldent at, sånn er det med planene våre også, det er ikke mange som verken liker eller kommenter og det her er på en måte så i hjelsnakket. Eller i hjelsnakket blir feil, men det er så innarbeidet og så, det er så jobbet med da. Så det blir på en måte bare, det er ingen som kommenterer at den henger i garderoben heller, og der henger den ja, det er jo ingen som gjør det heller. Så den skal bare være der, jeg tror det er derfor [..].

På Damelaget er det basistrener som er den hyppigste avsenderen på Facebook-gruppa. Spillerne på Damelaget forklarer at Facebook-postene som basistreneren skriver kommer hver uke og de er klar over at den kommer. Andrea forklarer at basistreneren sier når han er til rådighet til å trene med dem og at Facebook er en grei kanal å få denne beskjeden, og dette blir postet regelmessig:

Det her er egentlig en melding som kommer på Facebook hver uke, en sånn fast greie som kommer enten hver søndag. Så jeg syns det er veldig greit egentlig, at den blir postet her da. Her er det flere som kommenterer også, så den er mer sånn. Man trenger å få et svar på en måte, det er ikke noe som bare, det er ikke bare en beskjed som bare blir, alle bare må se, men man må faktisk svare på den da [..].

Marianne forklarer at spillerne er flinke til å respondere på postene, og dersom ingen responderer, gidder heller ikke basistreneren å møte opp. Denne toveiskommunikasjonen snakker Kaufmann og Kaufmann om. Det gjør han ved å gi denne informasjonen til alle samtidig via sosiale medier, og det er viktig å respondere og gi tilbakemelding på at informasjonen er forstått. Det er en melding som kommer hver uke til spillerne og de har ikke vanskelig å forstå hva som kreves, fordi han stiller spørsmål til hvem som kommer og når (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 191-192):

[..] Fordi han er der fra 7-9.30 og hvis ingen svarer så gidder ikke han å komme. Så hvis alle svarer klokken 9 så trenger ikke han å være der klokken 7. Så det er sånn at folk må svare før de skal komme, sånn at han har en oversikt for han sin del. Så der kommenterer jo alle som kommer og hvis man ikke kommer så driter man bare i det. Men egentlig så skal vi jo alle kommentere det.

Trener Arild forklarer hva som er grunnen til at basistreneren velger å poste på Facebook og ikke på andre plattformer:

Han har en telefon fra 1900 og steinalderen, så han har ikke apper og sånn installert i det hele tatt. Så han har fått seg Facebook-konto, og synes at, han har følger med i tidene og fått seg det.

Han forklarer at basistreneren rett og slett ikke har tilgang til andre sosiale medier enn Facebook, på grunn av den teknologien han eier. Han laget en Facebook-konto for å oppdatere og kommunisere med Damelaget. Trener Arild svarer på spørsmålet om hva han tenker om en Facebook-post som handler om bøter innad i laget. Det er kun er en person som har likt posten og ingen kommentarer, men det er 37 stykker som har sett det. Han forklarer at det ikke er noe kjekt med bøter, men at de kunne ha respondert for å vise at posten var lest:

Nei, altså, nå har vi jo noen sånne likes-elever, «likes-slaver» her. Med utgangspunktet i dagens digitale verden så er en kanskje ikke noe kjempeopptur. Spillerne er ganske bestemte på hva de skal. De er strukturert og da har de fått en beskjed, okei greit. Jeg synes de kunne respondert med en tommel på at de faktisk viser hun at de har lest det.

Trener Arild snakker her om at noen er opptatt av «likes», og at det i den forstand ikke er engasjerende at det kun er en person som har likt det. Han mener de kunne ha respondert med en tommel opp, altså liker, når de hadde sett det. På en annen Facebook-post skrevet av en fra administrasjonen er det ingen som har kommentert eller likt. Det handler om dugnad med pizza som belønning. Her nevner noen av spillerne at de ikke var interessert i å delta, eller ikke fått varsel på det og dermed ikke responderte på posten. Det er andre apper, som TeamAlert og Spond, for å poste den type innlegg, påpeker Marianne:

Ikke så mange som har sett det. Det har jeg opplevd før også at når folk legger ut på Facebook så blir det liksom lenger ned. Det kommer ikke opp på første innlegget. Så skjønner ikke helt hvorfor. Også når jeg prøver å finne innlegg så blir det at jeg ikke finner de igjen, så det er jo litt sånn dumt med den appen at man ikke, at seks stykker har sett det. Så burde kanskje ha brukt TeamAlert eller Spond fordi det fungerte egentlig.

Marianne foreslår også at dersom administrasjonen ønsket respons så kunne de spurt enkeltpersoner selv, fordi da hadde terskelen for å si ja vært litt mindre. På Herrelaget og Damelaget opplever de at kommunikasjonen er både enveis og toveis, men at mediene kan fungere forskjellig med tanke på respons. Trener Sondre forteller at han bruker Facebook til informasjon, og forklarer at WhatsApp fungerer annerledes:

WhatsApp er litt det samme, men en annen type informasjon. Det er litt mer toveis, WhatsApp. Facebook er veldig monologisk, det går fra meg til dem. WhatsApp så kan det også være at jeg ønsker å få tilbakemelding på treninger og får rapporter fra at de er på trening. Der bruker vi WhatsApp da. Treningsdagboken er på en måte WhatsApp.

Han forteller at Facebook er ganske monologisk og det er informasjon fra han til medlemmene av gruppa. Dersom han ønsker å få noe type respons eller tilbakemeldinger fra de som er på trening så bruker han heller WhatsApp. Det er en kunst å finne det riktige kommunikasjonsverktøyet som gir best effekt. Dette gjelder i hvert fall dersom han ønsker respons (Brønn & Arnulf, 2019, s. 62). Her forklarer Trener Sondre at dersom han ønsker respons så må han vurdere hvilken kanal han har tilgjengelig og fungerer mest effektiv for målgruppen. Trener Sondre forklarer videre at det som postes på Facebook bare er informasjon og at det noen kan komme spørsmål. Planer som de har postes på Facebook, men at han bruker WhatsApp dersom han ønsker tilbakemelding eller rapport fra trening.

[..] Fordi vi møtes jo hver dag og enkelte dager så møtes vi flere ganger om dagen. Sånn at hvis det er noen spørsmål så kommer de og tar det direkte, i stedet for på sosiale medier. Så det er det eneste, er kommunikasjonen der må være emoji tilbake eller tommel opp, eller sånn. Så det er ikke noe vi har bestemt at det ikke skal være, men det er bare, det er ikke behov for å kommunisere der.

Han sier at de har lite behov for tilbakemelding via sosiale medier fordi de møtets fysisk hver dag til trening og kan da gi muntlig tilbakemelding. Jacobsen og Thorsvik viser til studie av kommunikasjon i organisasjoner, hvor mange synes at ansikt-til-ansikt kommunikasjon er mer effektivt. Det vil da ikke være noen spesielle elementer som kan forstyrre kommunikasjonsprosessen. (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 155). Denne muntlige kommunikasjonen kan også være med på å skape en symmetri i kommunikasjonen knyttet til trener og spillere (Erlie, 1999, s. 44-47).

Spillerne på både Herrelaget og Damelaget er enig i at de digitale kanalene er viktig for dem. På grunn av sosiale medier har vi fått en endret måte å kommunisere på (Brønn & Arnulf, 2019, s. 15). Deling av informasjon til spillere handler også om at de vet hva som forventes av dem og kan gi en bedre symmetri. Lagene er avhengig av den muntlige kommunikasjon, men ved og også bruke informasjonsteknologi og sosiale medier får de opprettholdt en slags symmetri, og mer effektiv kommunikasjon (Erlie, 1999, s. 15-20). Spillerne forteller at de er avhengig av de digitale kanalene, og det er ofte viktig informasjon som kommer der. På Facebook får de samlet informasjon og alle får samme beskjed til samme tid. Som Ronny nevner, så ville det vært lite effektiv om treneren skulle gi muntlig beskjeder til

enkeltpersoner og informasjon hadde gått bort. Det ville vært unaturlig for denne generasjonen å få informasjon på papir, når det digitale er så stor del av hverdagen. Vi er også preget av at vi nå er et kommunikasjonssamfunn og har dialogiske prosesser hele tiden (Vaagan, 2015, s. 12-14). Også Anastasia snakker om fordelene med å ha informasjon og planverk digitalt versus å ha det på papir. Hun påpeker at hun bare kan samle alt på mobilen, som hun har med seg hele tiden. Fordi man har med seg teknologien hele tiden i dag og er jevnlig tilgjengelig. Den yngre generasjonen har en evne til å multitaske, også samler alt på mobiltelefonen (Brønn et al., 2012, s. 33-35; Haugseth, 2013, s. 106-107). De forklarer de digitale kanalene som fordel, på bakgrunn av mer effektiv planlegging og tilgang til informasjon skjer raskere. For Damelaget er det spesielt viktig med den langsiktige planleggingen de får via Google Kalenderen og de kortsiktige planene de får på TeamAlert. Som Ronglan skriver er kommunikasjon også avgjørende for samarbeid i lagspillet og at de henvender seg til hverandre (Ronglan, 2008, s. 28-36). Lagene har også lik oppfatning av respons på Facebook-gruppene. På Herrelaget har de treneren som den hyppigste avsenderen, noe også spillerne forteller. Thomas sier de kun responderer på gruppa om de må. Ronny forteller at han ikke tror Trener Sondre er opptatt av likes og anerkjennelse knyttet til det, noe Trener Sondre bekrefter. Toveiskommunikasjon kan som nevnt i teorien, være avgjørende og handler om å respondere for å bekrefte at man har forstått budskapet (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 191-192). På sosiale medier kan man også bruke liker som en type anerkjennelse, en slags «klapp på skulderen», men at behovet for anerkjennelse kan variere fra person til person (Haugseth, 2013, s. 98-99). På Damelaget er den hyppigste avsenderen basistreneren, og Marianne forteller at de er flinke til å respondere. Dersom de ikke gjør det, så møter heller ikke han opp til trening med dem. Trener Arild påpeker også at de på Damelaget har noen som er «likes-elever» og at knyttet til dette, så er den dårlige responsen ikke en kjempeopptur. Han mener at Damelaget kunne gitt en liker for å bekrefte informasjon som var blitt postet. Lagene bruker Facebook-gruppene til deling av informasjon, og det som kjennetegner begge er at dersom avsender ikke søker etter respons, så får de ikke det. De kanalene de har tilgang til fungerer forskjellig, og dermed vil avsendere søke etter de forskjellige kanalene ut i fra hvilken respons de ønsker.

4.3 Ønske om bruk

I dette kapittelet presenterer jeg først hva trenerne på Herrelaget og Damelaget sine tanker om hva kommunikasjon er. Går videre til hvordan spillerne ønsker at informasjonen skal formidles til dem. I en organisasjon kan det være vanskelig å finne den rette måten å

kommunisere med forskjellige parter på, dette kan også være likhetstrekk med håndballag. I mange situasjoner kan muntlig kommunikasjon være den enkleste, men ikke nødvendigvis den raskeste. Vi har mer og mer informasjonsteknologi som kan skape en bedre flyt og gjøre informasjon mer tilgjengelig (Erlien, 1999, s. 18-19). Her er det snakk om interaksjon, deling av dokumenter eller strategier, og kunnskapsdeling for å effektivisere hverdagen. Dermed kan det også oppstå dilemma på hvilke kanaler som skal brukes for å dele og skrive (Brønn et al., 2012, s. 33-35). Det kommer også flere varianter og variasjoner på hvordan man velger å kommunisere internt? Hvilke ønsker har de knyttet til kommunikasjonen?

4.3.1 Trenerne sine tanker om kommunikasjon

Ifølge Ronglan er kommunikasjon avgjørende i lagspill, det kan være hvordan kroppsspråk og bevegelse oppfattes. Det handler om å lytte og tolke budskap. På banen kan det være å utvikle kommunikative ferdigheter, som kan være kjernen i lagspill (Ronglan, 2008, s. 28-36).

Johannesen et.al. skriver at kommunikasjonskulturen handler om koder som alle medlemmer kan forstå, og hva er hensikten med det som blir kommunisert og hvem som snakker med hvem og på hvilke kanaler (J. Johannessen et al., 2009, s. 186-188). Hvilke ønsker har trenere og spillere på Damelaget og Herrelaget når det kommer til kommunikasjon? Trener Sondre forteller om hvordan han tenker kommunikasjonen for Herrelaget er:

Jeg er jo veldig glad i den gammeldagse måten å kommunisere på, som kanskje ikke er så utbredt nå. Med sosiale medier og sånn så bruker jeg mer en-til-en kommunikasjon og er veldig glad i å se den personen jeg snakker med i øynene. Du får kommunisert på en helt annen måte og det er mye mer åpent med tanke på ærlighet. Man kan lese kroppsspråk når man kommuniserer i tillegg, så jeg er en veldig, veldig glad i å sitte en-til-en, og kan også sitte i grupper på en til fire og kommunisere. Så jeg bruker hovedsakelig den daglige kommunikasjonen med en til en med utøverne.

Han forteller at han er glad i den gammeldagse måten å kommunisere på, og refererer til muntlig kommunikasjon hvor han kan få en direkte kontakt med sine spillere. I den direkte kommunikasjon har han mulighet til å ha en samtale en-til-en, og setter pris på å se personen han snakker med i øynene og hvordan deres kroppsspråk er. Videre forteller han at han liker kommunikasjon i grupper. Ifølge Erlien er det som er positivt med en direkte kommunikasjon er at man får raskt informasjonsbehovet dekket og man kan stille spørsmål direkte dersom man ønsker det. Det som kjennetegner en åpen og ærlig kommunikasjon er at det kan være med på å skape tillit og godt klima (Erlien, 1999, s. 18-19). Han forteller at han ikke bruker så mye sosiale medier til å kommunisere, selv om SSB viser til at rundt 80 prosent av nordmenn i alderen 16 og 79 år bruker sosiale medier (Statistisk sentralbyrå, 2018). Han har også tanker

om hvordan spillernes forhold til kommunikasjon er:

De er jo litt yngre, så det merker man. Jo yngre de er, jo lettere er det å kommunisere på sosiale medier for de og jo vanskeligere er det for dem å kommunisere på en spillersamtale eller i en en-til-en samtale. Fordi de ikke er vant til det. Så det er klart, det er nok lettere for ungdommen å kommunisere på, fordi de ikke er vant til å sette seg ned og prate for seg selv. Så er det jo litt den der, curlig-generasjonen, at det er mye foreldre som kommuniserer for barn og unge, og det syns jeg også er uheldig utvikling, og er en utvikling som jeg ikke vil ha her [..].

Selv foretrekker han direkte kommunikasjon, men sier at jo yngre spillerne er, jo lettere er det for dem å kommunisere via sosiale medier, og dermed igjen vanskeligere for å kommunisere på en spillersamtale eller i en-til-en samtale. Han snakker om at de er en del av curlig-generasjonen, hvor foreldre kommuniserer for dem og at han ønsker at spillerne skal snakke for seg selv. Han ønsker ikke at det skal komme en SMS eller melding, men at de skal komme til han personlig å fortelle dersom det er noe. Trener Arild har også tanker om hvordan kommunikasjonen foregår mellom trener og spillere:

Det er jo først og fremst gjennom planer. Også hvis det er noe sånn ekstraordinært så sier vi at vi bruker TeamAlert som har med alt sånn fellesplaner. Ellers så ryker det av gårde en Facebook-Messenger, SMSer og det ryker av gårde telefoner. Alt etter som hva man er vant til å bruke. Fordi vi har faktisk jenter på 18-19 år som syns SMS, det er det vi bruker til sånt. Helt greit. Også har du andre som egentlig ikke vet hva SMS er. Så da bruker vi den plattformen de er kjent med og har vi en felles i tillegg.

På Damelaget bruker de kommunikasjon digitalt ved å dele planer, og da bruker de også TeamAlert fordi den har alle tilgang til og de får varsler. Som han forklarer så kan han bruke forskjellige kommunikasjonskanaler, TeamAlert, Facebook-Messenger, SMS og ringe via telefon, og bruker de kanalene som er tilgjengelige til å brukes. Spillerne har forskjellige preferanser på hvilke kanaler de ønsker å bruke, og Trener Arild sier at det er helt individuelt hvordan han ville kommunisert med dem:

I: Helt individuelt. Altså noen syns jeg det er best å snakke face to face med, og andre er det greit å sende en melding til.

A: Hvordan legger du vekt på de to skillene?

I: Litt med om jeg syns eller de signalene spilleren gjør med tanke på trygghet. Hvis det er en spiller som er trygg så kan jeg sende en melding, hvis det er en spiller jeg syns virker litt utrygg enten man er ny eller kanskje har hatt en litt dårlig periode, så foretrekker jeg å ta det face to face.

Kommunikasjonen han velger å bruke kan man dermed si er situasjonsbestemt og alt etter hvilken trygghet han har på spillerne. Ifølge Enoksen et.al. er utøvere sitt psykososiale svar

sammenheng til treneratferd. Forholdet mellom trener og utøvere har krav til å forbedres kontinuerlig og trener bør forstå krav som utøverne har. Trenerens engasjement, opplæring og instruksjoner ga positive tilbakemeldinger, og utøverne trenger støtte både i gode og dårlige dager (Enoksen et al., 2014). Trener Arild sier han prøver å kjenne på hvordan han ønsker å kommunisere, alt etter hvordan han føler spillerne har det. Som kan være med på å bygge tillit til han som trener. Han mener at det kan være tryggere også for spilleren, og at han i noen tilfeller må være streng, men vil det beste for alle. Videre forteller Trener Arild at kommunikasjonen varierer og er situasjonsbestemt:

Vi har et sånt overordnet mål om at vi skal få snakket med alle i løpet av to dager, om det så er bare og spør om alt går bra. Det viktigste er da så lenge jentene føler seg sett. Så trenger vi trenger ikke finne opp kruttet i alle samtaler vi har, men vi prøver å være innovert. Også er det i løpet av en treningsøkt så er det tips med tanke på hva man gjør og hva man kan eventuelt gjøre annerledes. Og så er det sånn overordnet med tanke på treningsplaner, hva skal du trene på, fysisk og teknisk, taktisk, litt mentalt innimellom også [..].

Han forteller at han har som mål å kommunisere med spillerne jevnlig og holde seg oppdatert på hvordan de har det. Dette er for det meste treningsrelatert, men nevner om hvordan de har det mentalt og hvordan de kan gjøre noe annerledes dersom det trengs. Det kan være samtaler en-til-en eller i plenum:

[..] Hvis gruppekjemien er grei eller god så er det lett å ta saker og ting i plenum fordi det handler jo litt om hva man hører også, en ting er hva jeg sier, men også hva man også hører. Så da er det kommunikasjon der at man skjønner hva man snakker om, og oppfatter det som blir sagt. Og hvordan man oppfatter det.

Dersom gruppekjemien fungerer i mellom spillerne, så sier Trener Arild at han godt kan snakke om saker i plenum. Hvor han kan vurdere om kommunikasjonen og budskapet som blir formidlet oppfattes slik det skal. Dette er noe Eys et.al. viser til, at dersom en gruppe er tilfreds så kan en konsekvens være gruppedynamikk, inkluderende ledelse og lagkoherens. Utøverne får også være med på å påvirke sin rolle og forventninger til sin rolle i en god kommunikasjon (Eys et al., 2003). Som Høigaard skriver så kan en trener være med på legge til rette for forhold og være et støtteapparat (Høigaard, 2008, s. 199-201). Trenerne har litt forskjellige tanker om hvordan kommunikasjonen er. Trener Arild snakker om at de har flere måter han kan kommunisere med spillerne på, men at det er situasjonsbetinget. Trener Sondre forteller at han er mer gammeldags og at ønsker at kommunikasjonen skal skje ansikt til ansikt for å få den direkte kommunikasjonen til spillerne.

4.3.2 Spillerne sine tanker om kommunikasjon

For spillere er det også viktig med kommunikasjon, både mellom spillerne og mellom spillere og trenere. Som Erlieen skriver, så er samspill mellom ledelse og medarbeidere viktig for motivasjon og nå sine mål, med hensikten er godt forhold innad. Det handler om at man vet hva som forventes, og hva som er plikter og rettigheter (Erlieen, 1999, s. 15-20). For spillerne vil det derfor være viktig å kommunisere med trenerne, men også å vite hvilke kommunikasjonskanaler de skal benytte seg av, og hva foretrekker de selv å bruke? På Herrelaget forteller flere at de egentlig er fornøyd med hvordan de kommuniserer, men Henrik forklarer at han har et skille på kommunikasjon og hvordan han ønsker å kommunisere:

Det som har med praktisk informasjon å gjøre er veldig greit å få på Facebook. Eller de andre kanalene sånn sett, fordi da vet jeg at jeg får dem og får beskjed når de kommer, og kan lese det når jeg har tid på en måte. Er det noe som haster nu, så vil jeg bli ringt eller ja, egentlig. Eller en SMS sånn sett. Ringt foretrukket egentlig. Jeg kjenner at jeg skiller kommunikasjonen litt på det som har med praktisk informasjon og det som har med kommunikasjon mellom spillere og trenere, rent faglig da. Så hvis en medspiller har en idé om hvordan vi bør spille eller gjøre et trekk, så vil jeg gjerne at han skal ringe eller forklare meg, eller si det til meg på trening. Men hvis det er når oppmøtet er for neste kamp for eksempel, da vil jeg gjerne ha det på for eksempel Facebook.

Han skiller mellom praktisk informasjon og det faglige som handler om kommunikasjon mellom spillere og trenere. Angående det praktiske forklarer han at det gjerne kan være informasjon på Facebook. Fordi det som regel ikke er saker som ikke haster og kan dermed leses når han har tid. Det kan være tidspunkt for oppmøte på neste kamp. Den faglige informasjonen som skal kommuniseres kan han godt få direkte, enten at noen ringer han eller sender en SMS. Det kan være dersom noen av de andre spillerne ønsker å diskutere noe angående spill eller trekk, eller om det haster så foretrekker han at de ringer til han. De andre spillerne forteller at de liker å ha informasjonen digitalt og ikke bare få det muntlig. Ronny forteller at han har oversikt over hvilken informasjon som kommer hvor, og de digitale mediene som ikke fungerer bra, vil dø ut etter hvert:

Jeg vet hvilken informasjon jeg får via Facebook og vet hva slags informasjon jeg får på WhatsApp. Så jeg har egentlig ikke noen forslag til hvordan endringer som vi har det i dag. Det har jeg ikke. Det blir litt opp til hver enkelt, på hvordan man håndterer den informasjonen. Jeg kan ta for eksempel treningsplanen også tar jeg et skjermbilde så jeg vet at jeg har det veldig lett tilgjengelig. Hvis jeg hadde ønsket om hvordan jeg kunne legge det inn i kalenderen min på iPhone

Han forteller at det er forskjellig informasjon som kommer på Facebook og WhatsApp. De bruker Facebook om den store siden hvor de legger ut offisielle dokumenter, som når de trener og hva de skal trene på. WhatsApp brukes for mer daglig bruk og dersom det skulle dukke opp nye treningstider eller hvis hallen ikke er ledig. Det han forteller her er at alle kan håndtere informasjonen selv. Dersom han har bruk for noe viktig informasjon så tar han et skjermbilde som han lagrer direkte på telefonen sin eller legger det inn i sin egen kalender, som er hans måte å lagre informasjon på. Dersom denne informasjonen kommer så er det for det meste i tillegg til muntlig informasjon, noe som Thomas synes er greit fordi han er redd for å glemme det som blir sagt. Ronny forteller om et eksempel hvor treneren i tillegg til å poste treningsplanen også snakker om det muntlig:

Han tar opp treningsplanen og så viser han oss at sånn her ser nærmeste ukene ut. Nå er det bare to og en halv – tre uker igjen av sesongen, før det blir sluttspill og sånn. Så når han viser at sånn her ser planen ut, her har jeg lagt inn hva vi skal trene på så å si hver dag. Der står det at dere skal se på Dropbox, her står det at vi trener lørdag også i tillegg så tar han det muntlig da, så han viser oss det på en pc-skjerm eller en tv-skjerm slik vi har i hallen.

Her tar treneren opp muntlig det som skal skje de neste ukene før sesongslutt, og viser det på en pc- eller tv-skjerm for å illustrere. Muntlig kommunikasjon kan skape symmetri i kommunikasjonen, men at informasjonsteknologi kan være en viktig faktor, og skap bedre informasjonsflyt. Fordi informasjon er lett tilgjengelig til enhver tid (Erlie, 1999, s. 18-47). På Damelaget er de også ganske enige om hvordan de ønsker å få informasjon, og er enige i at dersom informasjon kun kommer muntlig er det fare for å bli glemt. Marianne forteller hva hun tenker:

I: Nei, jeg vil jo ha det skriftlig. Hvis jeg skal velge en. Helst vil jeg jo ha begge, men heller skriftlig så jeg kan, at hvis jeg da glemme det, så står det der svart på hvitt.

A: Hvor hen tenker du da?

I: Hmm, enten i Messenger-gruppa med alle eller på TeamAlert synes jeg egentlig er greit.

Marianne ønsker helst at informasjon skal komme skriftlig på enten Messenger eller på TeamAlert, i tillegg til muntlig. Anastasia er enig, og legger til at det spørs litt hvilke beskjeder det gjelder og tanker om hvor hun vil få informasjonen. Hun påpeker også at måten de får informasjon på fungerer ganske bra:

Det spørs litt hvilke beskjeder man skal ha, hvis det er felles beskjeder og sånne ting så synes jeg egentlig en Facebook-gruppe er ganske fair da. Men, så har vi hatt litt problemer med varslinger og sånn, at du noen ganger ikke får det opp. Så ser du det to timer for seint liksom, også er treningen flyttet eller sånn noe. Så derfor har vi den der TeamAlert fordi da får vi en varsling hvis det skjer noe.

Anastasia forteller at felles beskjeder er greit å få på Facebook, men at det har vært noen problemer med varslinger. Fordi det hender at de ikke dukker opp, noe som er dumt dersom for eksempel treningen er flyttet og at noen ikke får det med seg. På TeamAlert har alle varslinger og får beskjed dersom det er noe. Hun forteller også at hun liker å ha alt på en plass og at TeamAlert fungerer fint til å få alle beskjeder:

Jeg liker kanskje å ha alt en plass da. Så det beste hadde bare vært hvis det Facebook-sakene kunne vært inne på TeamAlert, så du vet at hvis du er inne og sjekker der, så vet du alt du trenger å vite liksom

Andrea forteller at så lenge hun får informasjonen som hun trenger og tidsnok, så er det det viktigste for henne. Hun trodde tidligere at hun hadde på varsling på e-post, og fikk ikke med seg viktig informasjon som kom der:

Så man sjekker jo gjerne i hvert fall vi som er unge, vi sjekker jo Snapchat ganske ofte og kanskje WhatsApp og sånne ting ja. Det er sjeldent noen ting. Jeg har jo på varsler så man får opp sånne viktige.

Hun forteller videre at unge som henne sjekker sosiale medier ganske ofte, dette gjelder blant annet WhatsApp og Snapchat. Hvor hun også har på varsler for å få med seg beskjeder og informasjon som kommer på de digitale plattformene. Sosiale medier en stor del av hverdagen til mange unge nordmenn, og myten sier at mange barn i dag er digitalt innfødte. De har tilgang til teknologi og håndtering av informasjon til enhver tid (Haugseth, 2013, s. 106-107).

Hvordan tenker Herrelaget og Damelaget om kommunikasjonen dem i mellom? Hvilke tanker har de om hvordan informasjonen skal formidles? Kommunikasjon er viktig for at alle parter skal få med seg informasjon. Informasjonsteknologi kan dermed være med på deling av dokumenter eller strategier, kunnskapsdeling og for effektivisering (Erlie, 1999, s. 18-19). Trener Sondre sine tanker om kommunikasjonen er at den bør være direkte, enten en-til-en eller i grupper. Han nevner at han er gammeldags og liker ikke sosiale medier til å kommunisere. Hans tanker er at yngre spillere har større vanskeligheter med å ha denne direkte samtalen i forhold til de som er eldre. Denne muntlige kommunikasjonen kan være med på å skape en symmetri i kommunikasjonen. På en annen side kan også informasjonsteknologien være mer effektiv, mer tilgjengelig-og raskere informasjon (Erlie, 1999, s. 20-47). Sosiale medier er en stor del av samfunnet i dag og mange organisasjoner anvender det som en kommunikasjonskanal (Difi, 2014). Trener Arild nevner at

kommunikasjonen foregår først og fremst gjennom planer, og at de har forskjellige kommunikasjonskanaler. Han deler planer digitalt via TeamAlert, men at det er situasjonsbestemt hvordan han kommuniserer med spillerne. Han ønsker at kommunikasjonen skal skje kontinuerlig. Enoksen et.al. skriver at ved å kjenne på disse forholdene, kan det være relasjonsbyggende og skape tillit til trener (Enoksen et al., 2014). Eys et.al. nevner også at en tilfreds gruppe kan en konsekvens være lagkoherens (Eys et al., 2003). Ronny forteller at han vet på hvilke kanaler informasjon kommer, og har ikke forslag til endringer. Han påpeker også at Facebook brukes til offisielle dokumenter og WhatsApp til daglig bruk. Viktig informasjon lagrer han direkte på mobiltelefonen sin. Henrik har laget et skille, og detter praktisk informasjon og faglig informasjon. Praktisk informasjon mener han gjerne kan komme på Facebook, fordi det sjeldent haster og han kan se på det når han har tid. Den faglige informasjon ønsker han på hurtigere kommunikasjonskanaler, slik som telefonsamtaler som er muntlig eller SMS. Damelaget sine tanker om kommunikasjonen er at det gjerne kan komme både muntlig og skriftlig, fordi dersom det kun kommer muntlig er det fare for å bli glemte. Valg av kommunikasjonskanal avhenger også av hva informasjonen er. Anastasia sier at TeamAlert fungerer fint fordi alle har varslinger på og liker at informasjon kommer på en plass. Andrea forteller at så lenge hun får med seg informasjonen og at det kommer tidsnok, så er det viktigst for henne. Hun får ofte med seg informasjon på sosiale medier, og at unge gjerne sjekker det ofte. Dette er på bakgrunn av at 80 prosent av nordmenn i alderen 16 og 79 år bruker sosiale medier (Statistisk sentralbyrå, 2018). Kommunikasjon og vite hvilke verktøy og kanaler man skal bruke, kan være utfordrende. Man må ta stilling til hvilke kanaler de har tilgjengelig og hvem det er som er målgruppen, samt vurdere om informasjonen er viktig og hvor raskt det da kreves å formidles (Brønn & Arnulf, 2019, s. 62)

4.4 Treners rolle i kommunikasjon

Å være trener kan bringe med seg forskjellige endringer som kan forekomme fordi interne endringer trengs og i noen tilfeller kan også forskjellige lederstiler ha med seg endringer. Som Erlie skriver, er kultur noe som «sitter i veggene», og forskjellige faktorer kan påvirke dette. Partene må forholde seg til hverandre og mennesker bringer med seg erfaringer (Erlie, 1999, s. 97-98). En gruppe påvirker også hverandre og skaper forventninger til hverandre, dette har en sammenheng med gruppenormer og koder som alle kan forstå (Høigaard, 2008, s. 109-110; J. Johannessen et al., 2009, s. 186-188). Informantene til Herrelaget og Damelaget virker i sin helhet positive til hvordan de oppfatter at kommunikasjonen fungerer. For begge lagene så kommer det frem at det har vært endringer, men på forskjellig måte.

Herrelaget

Fra Herrelaget forteller Thomas som har spilt på laget i 2-3 år, at treneren snakker med dem åpent og at det der har skjedd en endring.

I: Vi snakker til treneren, treneren snakker til oss og alt er åpent rett og slett. Det hadde vi ikke før da. Det var ikke like åpent før og det har vi fått endret i år.

A: Åpenhet?

I: Åpenhet mellom trener og spillere. Det var ikke like enkelt i fjor da. Det har treneren selv gått inn for å endre i år. Og det fungerer.

Her forteller han at endringen som har blitt gjort fungerer og at det dermed også er mer åpenhet mellom trener og utøvere. Videre forklarer han hva som tidligere fungerte dårlig og hva som har blitt gjort av endringer.

Det var mye dårligere kommunikasjon. Det var enkelte spillere som fikk veldig mye kommunikasjon, mens andre snakket ikke like mye. Så i år har treneren tatt ansvar for å få inn alle, så alle får snakke.

Thomas syns den dårlige kommunikasjonen var på grunn av at noen fikk mer kommunikasjon enn andre, men at nå har flere på laget mulighet til å snakke. Dette snakker Kaufmann og Kaufmann også om. Der kommunikasjon er overføring eller utveksling av informasjon mellom person eller grupper. Toveiskommunikasjonen innebærer at det kommer respons, tilbakemelding og det blir stilt sentrale spørsmål til budskapet (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 191-192). Det kan være flere grunner til en slik kommunikasjonsstruktur, og en grunn kan være at noen har en mer perifer rolle (Høigaard, 2008, s. 116-118). Thomas blir også spurt om det har vært noen endringer og hvordan det var tidligere, dette er med på å utdype det han snakket om tidligere:

Før så var det ganske, jeg tror også at det hadde litt med gruppa, vi var ikke like bra gruppe. Det var mye mer enkeltindivider som ikke var så god med andre folk. I fjor så var det sånn at kommunikasjonen gikk ofte mellom trener og enkelte spillere. Men, i år er alle inkludert der. Så alle får kommunisert, snakket og sagt sitt. Rett og slett. Så det har blitt mye bedre.

Thomas sier her at han tror at det tidligere bar preg av enkeltindivider på laget og at de senere har blitt en bedre gruppe sammen. Kommunikasjon har endret seg til å gå mellom to parter, altså trener og spiller, til at hele gruppa nå er inkludert i kommunikasjonsprosessen. Ifølge Høigaard kan en gruppe oppleve å ha bedre sosial kohesjon dersom de har det godt, dette kan også ses i sammenheng med «lagånd». Her er kommunikasjon viktig mellom spillere, men

også mellom trener og spillere (Høigaard, 2008, s. 124-132). Ledelse og kommunikasjon henger sammen, og uten kommunikasjon så kan ikke ledelse finne sted, som videre også kan følge med makt som handler om styring av andres vilje (Brønn & Arnulf, 2019, s. 129-130). Henrik forteller om endringer som har skjedd de siste årene. Han har spilt på laget i fem sesonger og vil derfor si han har et godt innblikk i hvordan forholdene er innad i laget. Han forklarer at en endring er at de startet å bruke WhatsApp. Bakgrunnen for at de startet å bruke appen var for å dokumentere trening og for å bekrefte ovenfor treneren at de gjennomførte egentreningen de skulle:

[..]Så var det en forventning om at det ble gjort og da sendte man et bilde når man var på treningssenteret, eller det man gjorde. Så var det som en slags kontroll, mer for å pushe hverandre til å gjennomføre, at det på en måte viste og det ramlet inn meldinger på at gutta trener. Så sitter du som kanskje ikke hadde tenkt til å trene, eller ikke har trent enda og føler på at okei, jeg må komme meg ut, ikke sant. Heller enn at man skulle, hva skal jeg si, overvåke da.

Henrik forklarer her at treneren ønsket å anvende WhatsApp for å følge opp at spillerne faktisk gikk på trening, men virker også å ha en motiverende faktor for spillerne seg i mellom. Henrik forteller også at dette var noe de gikk litt bort fra, men blir heller brukt i ferier når de ikke har fellestreninger. Her bruker de sosiale medier for at trener Sondre skal ha oversikt på om spillerne trener i feriene også. Det er likevel ingen andre spesifikke endringer som Henrik nevner, men synes at kommunikasjonen har blitt bedre.

Ja, den har blitt bedre. Vil ikke si den har vært dårlig på noe tidspunkt, men vi har hatt tilfeller som har vært med på å trekke ned inntrykket da, for å si det sånn. Så har vi sett det flere ganger og funnet ut at det her må vi gjøre noe med. Også jobber vi kontinuerlig med å bygge hverandre opp og hva skal man tolerer og hva er ikke greit da.

Det kan se ut som Herrelaget bruker WhatsApp som et intranett for å styre hva som virkelig er nødvendig og for å tilrettelegge for kunnskapsdeling (Brønn et al., 2012, s. 56-59). Der begrepet Enterprise 2.0, kan sammenlignes med hvordan Herrelaget bruker WhatsApp som en mulighet for samhandling og informasjon med en ny sosial programvare (Brønn et al., 2012, s. 33-35). Ronny har ikke spilt på laget mer enn cirka et år og har derfor ikke vært med på flere typer endringer. Han påpeker likevel at det har blitt mer informasjon og bedre organisering.

Litt mer Dropbox og litt mer video. Ikke noen store endringer på verken Facebook eller WhatsApp, oppdatere gruppa selvfølgelig. Nei, ellers så, litt mer informasjon kan du si. Så enda bedre organisert

kan du si, enda mer planlegging. Så det har gått i retningen at det er mer organisert og mer styr på ting da.

Som nevnt tidligere så bruker de Dropbox for å dele innhold som video med hverandre. Herrelaget bruker nå mer Dropbox og video enn de har gjort tidligere, noe som igjen kan ses på som bedre organisering dersom de får et større utbytte av det, fordi de får mer informasjon. Erlie skriver at en funksjon som kommunikasjon kan ha, er å skape usikkerhet. Derfor er det ønskelig med tilstrekkelig informasjon for å dekke behov for tillit og godt klima (Erlie, 1999, s. 18-19). Her har også informasjonsteknologi vært med på at denne informasjonsflyten blir bedre og at kommunikasjonskanalene blir flere og informasjon blir mer tilgjengelig. Som Ronny nevner så har de tatt i bruk WhatsApp som relativt ny kommunikasjonskanal, og økt bruk av Dropbox. Trener Sondre snakker også om endringer som har blitt gjort. Også han forteller at bruken av WhatsApp er nytt og ble tatt i bruk før sommerferien i året før, noe som er den største endringen ifølge han. Bruken av WhatsApp som kommunikasjonskanal skulle være en rapporteringskanal når de ikke hadde vanlige treninger, som også Henrik snakket om tidligere. Trener Sondre forteller at appen ble tatt i bruk for å få mer oversikt over treningsmengde, og hvor og når. Samtidig forteller han også at bruken av sosiale medier blir mindre:

[..]Så tror jeg kanskje vi bruker sosiale mediet mindre og mindre. Sånn at det endrer seg i den grad, at det blir mer og mer direktekommunikasjon og mindre og mindre på sånne plattformer. Jeg vil si at det endrer seg i positiv retning for vår side, eller fra min side.

Treneren forteller at han synes kommunikasjonen går i en positiv retning fordi det blir mer direktekommunikasjon, altså ansikt-til-ansikt. Muntlig kommunikasjon er på mange måter rask måte og overføre budskap på, dette er også noe Jacobsen og Thorsvik bekrefter. De sier at en studie viser at muntlig kommunikasjon i organisasjoner er mer effektiv og som mange foretrekker (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 155). Han forteller at på grunn av at spillerne har vist over tid at de er ærlige når det kommer til trening og treningsmengde, så har det også gitt dem mer frihet. Spillerne har bevist over tid at når de har ferie, ikke bare sender bilde og later som de er på trening, men at de faktisk gjør det som står på planen. Dette er også fordi spillerne utenom å spille håndball, har jobb og familieliv.

Trener Sondre forteller at endringene som har blitt gjort er på grunn av evalueringer fra spillergruppa. Han forteller at han fikk tydelige signaler på at kommunikasjonen ikke var som

det skulle. Derfor gjennomførte de en evaluering av kommunikasjonen både anonymt og i fellesskap. Han forteller hva som kom frem i evalueringen:

Summen av det har jo vist tydelige signaler på at kommunikasjonen har vært for dårlig. I den anonyme kommer det frem at det er veldig mange som kanskje føler seg oversett eller tilsidesatt, at det blir for lite da [...].

Denne evalueringen kan se ut til å ha fått frem noe som også Thomas var inne på med tanke på kommunikasjonen. Det viser seg at tidligere kommunikasjon innad i gruppa, var for dårlig. At noen av spillerne ikke fikk komme til ordet blant mange andre spillere, og at kommunikasjonen mellom de forskjellige partene ikke var helt opprettholdt. Trener Sondre forteller også at han synes ikke evalueringen trengte å være anonym, med tanke på deres holdninger om åpenhet og ærlighet. Evalueringen ble likevel gjort fordi spillerne ikke skulle kjenne på et press og ble heller ufarliggjort til å fortelle deres meninger. Høigaard forklarer at toveiskommunikasjon gjør at man lettere kan tolke et budskap riktig. Samt at spillermøter og hvor det er åpent for diskusjon kan gjøre det vanskelig for spillerne fordi de kan bli redde for å stille spørsmål (Høigaard, 2008, s. 174-177). Det ser likevel ut som de har tatt den tidligere evalueringen til etterretning. Treneren forklarer at på grunn av den, så har de også gjort noen endringer med tanke på kommunikasjon og spiller-trener forholdet. Høigaard er også inne på at ledelsesfaktorer og Carrons kohesjonsmodell, hvor lederstil kan være med på å ivareta enkeltutøvere og grupper. Dette kan være med på å skape gruppekohesjon og tillit til hverandre som lag, og som et team. Det ser ut til at evalueringen har ført til at de kan nå felles mål, og være mer samlet som en gruppe. Gruppa vil få en klarhet over hvilke roller de har og får også være med på å påvirke i hvilken retning gruppa skal ta (Høigaard, 2008, s. 124-132). Trener Sondre forteller også på spørsmål om hva slags endringer han kunne tenke seg å fokusere på i fremtiden, at han ønsker mer tid til utøverne:

Jeg vil jo ha mer tid til utøverne for eksempel, det er jo veldig sammensatt med tanke på at spillerne må ha mer tid, de må ikke være avhengige av å jobbe åtte til fire, og komme springende inn i hallen for så å forte seg hjem før sønnen skal legge seg, for å få litt tid med sønnen. Så det er klart det, noen situasjoner som gjør at det er vanskelig å kommunisere på grunn av timeplan [...].

Her forteller han at timeplanen til spillerne også har en påvirkning på hvordan de kommuniserer. Klubben ser ut til å ha et ønske om å forbedre seg økonomisk og sportslig for at spillerne igjen skal ha en mulighet til å fokusere mer på håndballen. Dersom timeplanen til spillerne skal bli mer forutsigbar og mer åpen, kan bedre økonomiske forhold være med på å

forbedre akkurat dette. Treneren er også inne på at i hektiske perioder så er det mye fokus på kommunikasjon og diskusjon, og at det er noe de til tider har lykket med å gjennomføre.

Så tror nok at kommunikasjon har hjulpet oss mye i denne perioden, at vi har kommunisert godt. Det tror jeg.

Han forklarer at slike perioder kan være hektiske og vanskelig, men at kommunikasjon hjelper dem gjennom det. De var tidligere inne i en periode med flere tap på rad, men at de likevel holder fokus på utvikling og er tålmodige.

Damelaget

Damelaget har i en periode vært preget av endringer på grunn av flere utskiftninger av trenere. Høsten 2018 fikk de Arild som trener. Treneren sentral for både prestasjon og gruppekohesjon, men dersom det skjer trenerskifter så er det på grunn av forskjellige forhold og har forskjellig påvirkning (Høigaard, 2008, s. 124-132). På både Herrelaget og Damelaget er det forskjellige kommunikasjonskulturer, både med tanke på strukturer de har, atferd og språk. Anastasia vært med i kun et halvt år, men likevel fått være med på noen av endringene laget har gått igjennom. Hun forteller litt om hvordan kommunikasjonen har vært tidligere:

Ja, det har vært litt mer rot da. Også har vi liksom aldri fått en oversikt over hva vi skal gjøre på øktene før vi fikk Arild og de da, så det syns jeg i hvert fall er veldig bra.

Anastasia forteller at etter de fikk Arild til trener har oversikten på planer blitt bedre. Nå får de vite hva som skal skje på trening og planer over øktene, noe de tidligere ikke har fått. Trenerne har tatt med seg forskjellige måter å planlegge og legge til rette på. Nå får de tidligere beskjed om hva som skal skje, samt at de har lettere for å spør om ting uten at det blir dårlig stemning, forteller hun. Som hun sier så er det alltid ting som kan bli bedre, også med tanke på kommunikasjon:

Det kan jo alltid bli bedre liksom. Det er jo noen ting jeg føler at trenerne syns er vanskelig å ta opp for eksempel hvis en ikke får spille på en kamp, da har hun kanskje lyst til å vite hvorfor. Men, da føler jeg kanskje noen ganger at de unngår litt den samtalen da, fordi det kan være litt vanskelig å gi noen kontret eller, så akkurat de tingene kan bli bedre. Men det er ikke så lett som trener heller også er vi jo en veldig stor gruppe [...].

Det vil alltid være noen som føler de ikke får dekket kommunikasjonen i forhold der det er mange parter som skal opprettholdes. Det kan skape usikkerhet dersom man ikke får nok

informasjon, og man ønsker dermed å dekke usikkerheter og kunnskap og besvare spørsmål (Erlien, 1999, s. 18-19). Anastasia foreller at det i noen tilfeller kan bli bedre på kommunikasjon dersom noen ikke får spille en kamp, og derfor ønsker å vite hva som er årsaken til det, i stedet for å unngå å snakke om det. Videre forteller hun:

Også føler jeg også at nå har jeg vært syk i en periode, så da kan de bli litt flinkere til å sende en melding om hvordan går det, og er du snart tilbake, i stedet for å bare ta alt igjennom fysioterapeut. Ja, så det er noe som jeg synes at kan bli litt bedre.

Anastasia var syk i en periode og føler derfor at kommunikasjonen kunne vært bedre. Her kan man også se på Carrons kohesjonsmodell hvor trenerstilen ønskes å bære preg av personlige faktorer. De personlige forholdene kan også være med på å skape tillit og skape en følelse av gruppekohesjon (Høigaard, 2008, s. 124-132). Dette kan være fordi man ikke ønsker at treneren kun skal bære preg av en autoritær posisjon, noe som trenerrollen kan ha. Erlien mener også at både en formell og en uformell kommunikasjon kan være med på å opprettholde eller endre en organisasjonskultur, som kan være for eksempel utveksling av verdier og normer (Erlien, 1999, s. 97-98). Disse personlige faktorene kan dermed bygge den uformelle kommunikasjonen. Marianne er inne i sin fjerde sesong på elitelaget, som også betyr at hun har vært med på de forskjellige endringene som har skjedd på laget, hun har erfaring med hvordan ting fungerer og ikke. Hun forteller hvilke endringer trenerbyttet har ført med seg:

Det er jo egentlig godt det samme, vi fikk jo TeamAlert når Arild kom. Vi har jo byttet litt trenere og sånn. Så det er jo trenerne som egentlig har meldt seg på de her appene våre. Vi har jo også Dropbox i tillegg som vi har brukt. Det har vi sluttet med nå, vi bruker TeamAlert i stedet for Dropbox fordi den Dropboxen ble full hele tiden.

Hun forteller at det er mye av det samme, men at det er trenerne som har tatt med seg appene som de har hatt. Etter at de fikk Arild til trener så har de tatt i bruk TeamAlert. Tidligere brukte de mer av Dropbox til å dele planer og video, men nå brukes til deling av video. Trener Arild bruker nå bare Dropbox til å legge ut videoer og deler linker til spillerne i Facebook-Messenger, slik at lagringskapasitet ikke skal være et problem. Marianne forteller at dette er en ordning hun er ganske fornøyd med. Hun forklarer også at hvordan to tidligere trenere brukte Dropbox og Facebook:

Ja, så hadde vi jo før Arild så hadde vi Rasmus som brukte Dropbox og før det igjen så hadde vi Asgeir og han la ut alle videoklippene på filer på Facebook igjen. Da var det også sånn, det var liksom ikke en

hel mappe. Man måtte inn og ut hele tiden og klikke på hvert eneste klipp da. Så det var også litt uoversiktlig. Så syns hele det systemet som Arild har nå er bedre.

De to tidligere trenerne brukte også Dropbox og Facebook i likhet med Trener Arild, men på en annen måte. Marianne sier hun syns det var uoversiktlig og tungvint måte å skaffe seg informasjon på. Hun forteller også at Trener Arild bruker mer av Google Kalender, hvor han legger ut planer som de kan se treningstider, kamptider eller dersom det er andre planer de skal følge, noe Anastasia sier er helt genialt. Som nevnt tidligere er det noen hensyn man må ta stilling til når man skal velge kommunikasjonskanaler, med tanke på hvilke som er best og mest effektivt. Noen av disse handler om praktiske måter å kommunisere på, som tilgjengelighet, målgruppe og målsetting. Hvilke kanaler er det de har fra før og hvilken vil være best å bruke for å nå målgruppen? (Brønn & Arnulf, 2019, s. 62). Målgruppen er spillerne, man må og tenke på hvordan spillerne ønsker å få tilgang til den informasjonen. Samt at hva er det man ønsker at denne målgruppen skal lære som følge av det man deler? Dette er sentrale spørsmål trenerne burde tenke på når de ønsker å kommunisere noe til spillerne. Andrea er de av spillerne på har blitt intervjuet og som har vært på Damelaget lengst, hun har spilt i seks til syv år. Også hun blir spurt om endringene som de har vært igjennom:

Det har vært forskjellige trenere inne og da har det naturlig nok vært litt endringer i hvordan man har kommunisert. Også fordi det er forskjellige personer som ikke har på en måte noe forhold til hvordan det var før, så da blir det jo litt nytt. Og det har kanskje endret seg mest nå etter siste trenerbytte før jul [...].

Hun snakker om at det har vært mange trenere innom på laget og at det igjen fører til naturlige endringer på hvordan man kommuniserer. De trenerne som kommer inn har ikke det samme forhold til kommunikasjonen som de spillerne har, og kan dermed påvirke kommunikasjon som blir en del av endringen. Hun referer til trenerbyttet som var før jul, altså da de fikk Arild til trener, som hun mener har endret mest. Hun forteller videre:

Da fikk vi inn TeamAlert og ja. Men, det er jo noen som er enklere å kommunisere med enn andre også, det tror jeg. Det syns nå i hvert fall jeg, at treneren vi har nå er veldig grei å kommunisere med og svarer fort og er veldig sånn forståelsesfull. Det har jo veldig mye å si, så det har vært litt forandringer, det har det.

Da de fikk Arild til trener har han som sagt tidligere tatt med seg appen TeamAlert. Andrea forteller at appen har gjort det enklere å kommunisere og at treneren er grei kommunisere

med. Det er noen som er enklere enn andre å kommunisere med, og at treneren nå responderer og har forståelse for forskjellige situasjoner, som kan være en påvirkning til positiv holdning til endring. Brønn og Arnulf snakker om at ledere har ansvar for resultater og skape meningsfulle oppgaver for de som er deltakende i arbeidet. Dersom kommunikasjonen er dårlig, kan også dette påvirke atferden til deltakerne (Brønn & Arnulf, 2019, s. 129-135). Andrea snakker også om de endringene som har blitt gjort knyttet til bruk av Dropbox, og at kommunikasjonen tidligere har vært dårligere enn det nå er:

Så når vi brukte Dropbox så var det på en måte ikke noe mye beskjeder om når det kom endringer på Dropbox. Så da måtte vi inn å sjekke hele tiden selv om det har kommet noen endringer. Det var av og til at ting ikke ble oppdatert på min telefon, men hadde blitt oppdatert hos noen andre og sånne ting da. Så det var jo litt vanskelig. Men, nå føler jeg mer at alt flyter og man får med seg de beskjeder man skal, det er ikke så rotete. Så jeg synes det er bedre nå enn det har vært før da. Det er veldig positivt.

Det hun tenker at var problemet med Dropbox var at de ikke fikk beskjed om når det var endringer som ble gjort i Dropbox, og måtte sjekke endringer selv hele tiden. På grunn av at endringene til tider ikke ble oppdatert, var informasjonen ikke lik for alle spillere til enhver tid. Når Andrea snakker om endringer og forbedringer som eventuelt kunne blitt gjort, mener hun at ikke alle trenger å vite når de skal betale bøter og hvor og når de har trening. Det blir referert til Facebook-posten om betaling av bøter, der det også er medlemmer fra teamet som er rundt. Videre forteller hun at hun er fornøyd med TeamAlert appen, men at den gjerne kunne blitt mer utviklet. Trener Arild som ikke har trent laget så veldig lenge får også spørsmål om hva slag endringer han har opplevd og hva han har tatt med seg:

Ja, også har vi fått inn en kalender, det er først og fremst de to endringene. Ellers så er det det at, hva skal jeg si for noe, vi prøver å leve litt mer sammen med jentene i, kjenne litt etter, er gruppa litt slitne, er man ikke slitne, ja da kommuniserer vi faktisk at det er fri i morgen. Der var noe litt mer gir tidligere at jo mer jo bedre. Og kikket vel egentlig ikke så mye på dagsformen til.

Her forteller han om Google kalenderen og TeamAlert som han har tatt med seg til laget, som de to første og fremste endringene. Dette er to kommunikasjonskanaler som laget tidligere ikke har tatt i bruk, men at Damelaget virker å være fornøyd. Det virker også som om han prøver å forstå jentene og kjenne på hvordan laget har det, for så å legge planer ut i fra det. Som han sier, dersom jentene er slitne prøver han å kommunisere at de legger planene ut ifra de forholdene. Tidligere hadde jentene et høyere gir og ble ikke tatt vurderinger ut i fra deres dagsform var. Lederen er den som har ansvar for resultater og dersom laget er slitne, så kan det kommuniseres at man må mobilisere planene etter dette. Lederen skal også være et

støtteapparat og legge til rette for gode forhold til sine utøvere. Rollen som trener innebærer også å bruke sin kompetanse og reflektere over det som blir gjort (Brønn & Arnulf, 2019, s. 131-135; Høigaard, 2008, s. 192-196). Trener Arild forteller også om de største endringene ved å bruke TeamAlert:

Den viktigste endringen er vel at jentene vet hva som skjer på den dagen. Det har dem ikke visst tidligere. De har kanskje fått et hint om at det kanskje det skal bli noe kontring i morgen eller et eller annet sånn, men nå har de jo oversikt over belastning og så forventet intensitet på økta. Og så hva som er innhold, så da kan man også styre litt belastning tidligere på dagen, hvis jeg er tidlig nok ute da. Det varierer jo litt.

TeamAlert har dermed vært med på å gjøre utøverne mer forberedt til de tingene som skal skje og hvilke planer de har. De får varsling hver dag om hvor og når treningen skal foregå, samt hva som er planen på trening og eventuelle beskjeder som måtte være nødvendig å få. Tidligere har de fått lite informasjon om hva som skal skje i treningsøkta, men at de nå får oversikt over belastning og hva som er forventet intensitet. Trener Arild forteller også at han har gjort noen endringer på hvordan de trener taktikk:

Det jeg har gjort siden jeg kom inn, så har vi endret forsvarsspillet deres. Og da går det rett og slett på individuell forståelse av hva vi vil oppnå som en helhet også går det litt på terping for å få den helheten til å fungere. Angrepsmessig så har vi prøvd å videreføre mest mulig, som var der. Fordi det var mye bra. Det handler om trygghet og repetisjon. Også har vi ført inn noen nye angrep som skal til for å skape en helhet i det taktiske spillet. Slik at hvis du møter et motspill så skal det ha, eller en type spill så skal det løse det. Så det er det vi tenker om både taktisk spill og taktisk trening. Det å øke forståelsen og øke basen av varianter og muligheter, for å kunne løse det.

Det andre han har gjort siden han kom inn som trener, er å endre forsvarsspillet til laget, og mer fokus på hvordan laget sin individuelle forståelse og helhet på spillet er. Trener Arild har også tatt med noen nye angrep for å forbedre det taktiske spillet som de har. Dersom laget møter motspill så skal de ha alternativer for å kunne løse ulike situasjoner som kan oppstå i kampsituasjon. For å kunne gjøre det, må de fokusere på forståelse av spill og eventuelle muligheter de har. Ronglan skriver at i lagspill så er kommunikasjon også via kroppsspråk og bevegelser. Det å utvikle kommunikative ferdigheter på banen, kan være kjernen i lagspillkonkurranse (Ronglan, 2008, s. 28-36). Dette er endringer som de har fokusert på i kampsituasjon, utenom angrepsmessig, hvor de har prøvd å videreføre det meste.

Begge lagene har som sagt vært preget av endringer og faktorer som en trener kan være med på å påvirke hvordan lagene kommuniserer. På Herrelaget har det skjedd endringer som følge

av en evaluering de har foretatt. Dette er noe som Trener Sondre forteller om, hvor han fikk tydelige signaler på at det var noe som ikke stemte og at kommunikasjonen var for dårlig. Noen av spillerne har vært på laget lengre enn andre, men de forteller at kommunikasjonen som de nå har fungerer og at de opplever at det har vært en positiv endring. Thomas forteller at det nå har blitt mer åpenhet mellom trenere og spillere. Tidligere var det spillere som fikk mer kommunikasjon enn andre, og at nå har flere mulighet å komme til. Han legger til at en av grunnene kan være at de nå har blitt en bedre spillergruppe, og ikke like mange enkeltindivider som tidligere. Som Høigaard skriver så kan en gruppes kohesjon til hverandre tiltrekkes bedre, dersom de er enige om et mål og hvordan de skal komme til det målet. Dette henger sammen med lagånd og i en slik utvikling kan det vær viktig med god kommunikasjon. Dette kan også ha en sammenheng med tillit. Henrik forteller at de fikk innført WhatsApp tidligere, hvor de skulle dokumentere for trening. Dette er en ordning som de har gått mer bort i fra. Trener Sondre forteller i sammenheng med dette at den direkte kommunikasjonen har blitt bedre og at spillerne har vist at de er ærlige når det kommer til treningen. En åpen lederstil og kommunikasjon mellom trener og utøvere, kan dermed bære preg av tillit og aksept til hverandre (Høigaard, 2008, s. 124-132).

Damelaget har vært preget av endringer knyttet til trenerskiftene de har hatt. Trenerskifter kan skje grunnet forskjellige forhold, og dermed også ha forskjellige utfall. Trener Arild har ikke vært trener særlig lenge, men har tatt med seg noen viktige teknologiske endringer, som jentene virker generelt fornøyd med. Anastasia forteller at det tidligere var mer rot og at de ikke fikk god nok oversikt over planer og treninger, samt at det er lettere for å gi beskjed om saker uten å oppleve at det blir dårlig stemning. Marianne bekrefter det som blir sagt av Anastasia. Hvor det var problemer med apper som ikke fungerte og varslinger som de ikke fikk opp, er det nå mer systematikk og organisering. Marianne forteller at det er Trener Arild som har tatt med seg teknologien. Han endret måten de bruker Dropbox på, men også har tatt med seg TeamAlert og Google Kalenderen. Dette viser seg å være noe samtlige av de kvinnelige spillerne påpeker at er positivt. På Google Kalenderen får de av Trener Arild de langsiktige planene som treningstider og kamptider. For dem er det viktig å kunne planlegge og kunne gjøre andre ting dersom de har fri fra håndballen. Andrea bekrefter også at TeamAlert har gjort det enklere for dem å kommunisere og at de lettere kan kommunisere med treneren der. På appen får de mer kortsiktige planer og beskjeder, det kan gjelde opplegg som de skal ha på treningene, og at de kan sende meldinger internt eller i grupper. Trener Arild forteller også her at han fokuserer på å gi laget mer oversikt og forberede de til trening

på hva som er forventet av dem. Erlien skriver at dersom man ønsker å avdekke usikkerhet og kunnskap, så kan informasjon være med på å dekke dette. Dermed kan igjen en åpen og ærlig kommunikasjon være med å skape tillitsforhold, som kan være et resultat av god dialog. I dette tilfellet er også informasjonsteknologi med på å gjøre at denne kommunikasjonsflyten blir bedre og lettere tilgjengelig (Erlien, 1999, s. 18-20).

5 Oppsummering

Både Herrelaget og Damelaget er opptatt av at ansikt-til-ansikt kommunikasjonen i lagspillet er viktig. Det er også en naturlig del av hvordan kommunikasjonen fungerer, med tanke på at de møtes hver dag. Det er viktig å velge kommunikasjonskanaler og kommunikasjonsverktøy ut i fra hva som er best med tanke på målgruppe, hva de har tilgjengelig og hvilket innhold som skal formidles (Brønn & Arnulf, 2019, s. 62). Begge lagene bruker kanalene Facebook, Snapchat, WhatsApp og Dropbox til intern kommunikasjon, med ulik bruk. Damelaget har flere kanaler, viktigste er TeamAlert og Google kalender. Som sagt så kommer disse i tillegg til direkte kommunikasjon, og at de bruker mobiltelefonen til å ringe og sende SMS til hverandre.

Kommunikasjon handler om «overføring» og «utveksling» av informasjon. Dersom man i dette perspektivet ikke får noen respons eller tilbakemelding, blir ikke prosessen sirkulær og ses på som enveis. Ved tilbakemelding og respons, vil det opprettholde toveisprosessen (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 290-292). Innholdet som gruppene deler på deres interne Facebook-gruppe har en del sportslig innhold. På Damelaget er det mest basistreneren som er avsender av innholdet, og på Herrelaget er det treneren. Responsen som er på innholdet er nokså lik, og mye har lite eller ingen type respons. Det som derimot kjennetegner responsen er at dersom det blir stilt et spørsmål, så responderer de i form av enten liker eller kommentarer, som er et uttrykk for anerkjennelse (Haugseth, 2013, s. 98-99). På Herrelaget bruker de på mange måter kun Facebook til informasjon, altså det blir en enveisprosess med budskap fra treneren til spillerne. Fordi de kun responderer om de må. På Damelaget vet de at basistreneren poster på Facebook-grippen hver uke, og de er flinke til å respondere. Basistreneren er avhengig av at de responderer og kommenterer når de skal møte opp på trening. Dersom ingen kommenterer, møter han opp til treningene. Det blir dermed viktig med respons for at toveiskommunikasjonen skal bli opprettholdt (Kaufmann & Kaufmann, 2009, s. 191-192).

For å skape en symmetri mellom trenere og spillere er det viktig at internkommunikasjonen har en god informasjonsflyt (Erlie, 1999, s. 15-20). Lagene forteller at de er avhengig av den muntlige kommunikasjonen. Til tross for at de møtes nesten hver dag, er også den digitale kommunikasjonen viktig, uttrykker de. Damelaget forteller at de foretrekker å ha planverket digitalt enn i papirform. For dem er planlegging en spesielt viktig faktor for dem. De har Google Kalenderen hvor de har de langsiktige planene, som når de har kamper og frihelger. TeamAlert som er viktig for de kortsiktige planene, hvor de får informasjon om hva som skal skje på treningene. På Herrelaget blir det dratt et skille mellom praktisk og faglig informasjon. Praktisk informasjon haster sjeldent og dermed greit at kommer på Facebook. Den faglige informasjonen må være hurtigere, og dermed på telefonsamtaler eller SMS. De snakker også om at mye informasjon ville blitt tapt dersom de ikke fikk informasjon på de digitale kanalene, samt at det er mer effektivt. De digitale kanalene og sosiale medier gir bedre informasjonsflyt og er en mer effektiv måte å kommunisere med hverandre på, og alle får de samme beskjedene til samme tid (Brønn & Arnulf, 2019, s. 15). Generasjonsskiftet er med på at den yngre generasjonen er bedre på mulitasker og skifte oppmerksomhet raskt mellom ulike medier (Haugseth, 2013, s. 106-107). De får med seg informasjon raskt og ligger ikke deres natur de har denne informasjonen tilgjengelig på mobiltelefonene og ved å bruke diverse apper. Trener Sondre forteller at han er litt gammeldags til hvordan han ønsker å kommunisere, og foretrekker at det skjer ansikt-til-ansikt. Han foretrekker en åpen og ærlig kommunikasjon. Det som er positivt med direkte kommunikasjon er umiddelbar tilbakemeldingen og kommentarer man kan gi. Det kan derimot være vanskelig med direkte kommunikasjon, dersom det er tema man har problemer eller ikke ønsker om å ta opp der og da (Erlie, 1999, s. 18-19; Høigaard, 2008, s. 174-177). Trener Arild sier at kommunikasjonen han bruker er situasjonsbestemt, alt etter hvor trygg han er på spillerne. Dersom spillerne opplever et engasjement og positive tilbakemeldinger, kan dette være med på å bygge tillitsforhold. Dermed kan ledelse være med på å skape en tilfreds gruppe, og en konsekvens av dette kan være bedre gruppedynamikk og lagkoherens (Enoksen et al., 2014; Eys et al., 2003). Trenerne har forskjellig syn på hvordan kommunikasjonen er og hvordan de digitale kanalene skal brukes for å kommunisere.

Trenerforhold kan også være preget av endringer, noe begge lagene har vært i gjennom. En gruppe påvirker hverandre og har forskjellige normer og koder for hvordan ting fungerer (Høigaard, 2008, s. 109-110; J. Johannessen et al., 2009, s. 186-188). Både Herrelaget og

Damelaget er positive til hvordan kommunikasjonen fungerer, og at endringer har vært med på å prege hvordan de nå kommuniserer. På Herrelaget har det blitt mer åpenhet for kommunikasjon, etter tidligere evalueringer har de gjort endringer. Det har endret seg til at flere parter er inkludert i kommunikasjonsprosessen. Dette kan skape bedre sosial kohesjon og ses i sammenheng med lagånd (Høigaard, 2008, s. 124-132). De startet også å bruke WhatsApp, som en rapporteringskanal og være en motiverende faktor for at spillerne skulle trene. Trener Sondre sier at dette gikk de litt bort i fra fordi spillerne viste at de var ærlig når det kom til trening og treningsmengde. Ærlighet kan være en konsekvens av at kommunikasjonen har forbedret seg og viser at de kan ha tillit til hverandre. Slike endringer handler om å ivareta enkeltutøvere og grupper, og legge felles mål som gruppe. Gruppen kan dermed få klare roller og tillit til hverandre som gruppe og lag (Høigaard, 2008, s. 124-133).

Damelaget har vært i gjennom endringer knyttet til trenerbytter. De forteller at det tidligere var mer rot og mindre oversikt over planverk og treninger. Trener Arild har tatt med seg bedre organisering, både langsiktig og kortsiktig forutsigbarhet. Informasjon er med på å dekke usikkerhet og kunnskap til å besvare spørsmål (Erlie, 1999, s. 18-19). Trenerrollen kan ofte forbindes med autoritære personer, med en mer uformell kommunikasjon kan tillit og følelse av gruppekohesjon øke (Erlie, 1999, s. 97-98). Den største endringen treneren har tatt med seg er dermed de teknologiske kanalene og hvordan trener kommuniserer med spillerne. Dette handler om TeamAlert og Google Kalender, som nevnt tidligere. Spillerne forteller også at treneren responderer og har forståelse for forskjellige situasjoner. Treneren har da et overordnet ansvar for resultater, og virker å mobilisere planer rundt dette. Dette handler om å legge til rette for spillerne og bruke sin kompetanse i sin rolle som trener (Brønn & Arnulf, 2019, s. 131-135; Høigaard, 2008, s. 192-196). I slike grupper og lagspill er det alltid noe som kan forbedres knyttet til kommunikasjon. Men, mye kan ha betydning av hvordan man kommuniserer internt, og konsekvenser av dette kan påvirke resultater og gruppekohesjon.

6 Begrensninger og veien videre

På grunn av oppgavens omfang var jeg nødt til å begrense oppgaven på noen punkter. For å få frem den teorien som jeg bruker i oppgaven, er det dermed også viktig å avgrense oppgaven. Denne oppgaven handler i hovedsak om kommunikasjonskanaler og kommunikasjon internt i to håndballag. På bakgrunn av det har jeg valgt å *ikke* ta med markedsføringsperspektivet for kommunikasjon. Det ville fokusert mer på den eksterne kommunikasjonen knyttet til

håndball, og ønsker ikke å se på hvordan for eksempel publikum opplever lagene. Jeg kunne også ha valgt å se på et håndballag og gått mer i dybden, i stedet for to stykker. Fordi jeg ønsket et sammenligningsgrunnlag, så ble det derfor naturlig å se på to forskjellige lag. Her kunne jeg også ha intervjuet flere informanter med tanke på at det er mange spillere på et lag. Det kunne også ha vært en fordel å være to stykker som intervjuet for å få ulike synspunkter på svarene. Men, på grunn av tidsbegrensninger var det realistisk med de intervjuene som har blitt gjort. Dette kan bli tatt med til vurdering ved videre forskning.

For veien videre kunne det være interessant å se på hvordan flere lag kommuniserer og om det er noen spesielle faktorer som påvirker hvordan de bruker og oppfatter kommunikasjon. Burde man ha retningslinjer for dette? Her er det muligheter for å supplere med observasjonsstudier for å komme mer i dybden på lagene og se hvordan kommunikasjonen fungerer i praksis. Eller kvantitativ datainnsamling med for eksempel en spørreundersøkelse for å få et større og mer representativt utvalg. På grunn av begrensninger falt valget på å innholdsanalyse av Facebook, også på bakgrunn av at det var lettere å få tilgang til i forhold til WhatsApp som er en mer uformell kanal. Videre kunne man sett på flere kanaler. Siden denne oppgaven ikke fokuserer på eksterkommunikasjon, kunne det vært interessant å utforske en problemstilling ut i fra det perspektivet. Da kunne man ha sett på medieinnhold, oppfattelse og omdømme eksternt. Man kunne også ha sett på hvordan kommunikasjon påvirker prestasjoner, og gå nærmere på hvordan spillere og trenere tenker om at kommunikasjon påvirker gruppekohesjon.

7 Referanseliste

- Boyd, D. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. *In Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, 14(7), 39-58. Hentet fra <https://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>
- Brønn, P. S. & Arnulf, J. K. (2019). *Kommunikasjon for ledere og organisasjoner* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Brønn, P. S., Dalen, O., Eriksen, I. F., Fremmersvik, B., Kalsnes, B., Pettersen, L., ... Vullum, T. (2012). *Sosiale medier fra innsiden og ut* (2.utgave. utg.). Oslo: Kommuneforlaget.
- Bråten, S. (2004). *Kommunikasjon og samspill: Fra fødsel til alderdom* (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4. utg.). Los Angeles, California: SAGE.
- Difi. (2010). *Veileder i sosiale medier for forvaltning*. Hentet fra <https://www.difi.no/sites/difino/files/veileder-i-sosiale-medier-for-forvaltningen-2012.pdf>

- Difi. (2014). *Sosiale medier i forvaltningen-refleksjoner over utviklingen 2010-2014*. Hentet fra https://www.difi.no/sites/difino/files/sosiale_medier_i_forvaltningen_refleksjoner_ove_r_utviklingen_2010-2014.pdf
- Dropbox. (2019). Historien til nå. Hentet 15.april fra <https://www.dropbox.com/about>
- Enoksen, E., Fahlström, P. G., Johansen, B. T., Hageskog, C.-A., Christensen, J. B. & Høigaard, R. (2014). Perceptions of leadership behavior and the relation-ship to athletes among Scandinavian coaches. *Scandinavian sport studies forum*, 5, 131-148.
- Erlie, B. (1999). *Intern kommunasjon: Planlegging og tilrettelegging*. Oslo Tano Aschehoug.
- Eys, M. A., Carron, A. V., Beauchamp, M. R. & Bray, S. R. (2003). Role Ambiguity in Sport Teams. *Journal of sport & exercise Psychology*, 25(4), 534-550. <https://doi.org/10.1123/jsep.25.4.534>
- Facebook. (2019a). Gruffefunksjoner Hentet 15.april fra https://www.facebook.com/help/work/407569872939779/?helpref=hc_fnav
- Facebook. (2019b). Hva betyr det å like noe? Hentet 15.april fra <https://www.facebook.com/help/110920455663362?helpref=search&sr=13&query=liker>
- Facebook. (2019c). Om grupper. Hentet 15.april fra https://www.facebook.com/help/1629740080681586?helpref=hc_global_nav
- Fasting, K. & Pfister, G. (2000). Female and male coaches in the eyes of female elite soccer players. *European physical education review*, 6(1), 91-110. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1356336X000061001>
- Google. (2019). Google Calendar Hentet 10.mai fra <https://www.google.com/calendar/about/>
- Gripsrud, G., Silkoset, R. & Olsson, U. H. (2010). *Metode og dataanalyse: beslutningsstøtte for bedrifter ved bruk av JMP* (2. utg.). Kristiansand: Høyskoleforl.
- Haugseth, J. (2013). *Sosiale medier i samfunnet*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Høigaard, R. (2008). *Gruppedynamikk i idrett*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J. (2013). *Arbeidsbok og casesamling til Hvordan organisasjoner fungerer* (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Johannessen, A., Tufte, P. A. & Christoffersen, L. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (4. utg.). Oslo: Abstrakt forlag
- Johannessen, J., Olaisen, J. & Olsen, B. (2009). *Omdømme: rykter, sladder, og tøyprat*. . Oslo: Cappelen Damm.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media 53(1), 59-68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kaufmann, G. & Kaufmann, A. (2009). *Psykologi i organisasjon og ledelse* (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Korsnes, O. (2008). *Sosiologisk leksikon* (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget
- Kvale, S. (2002). *Det kvalitative forskningsintervju* (5. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Miranda, F. J., Chamorro, A., Rubio, S. & Rodriguez, O. (2014). Professional Sports teams on Social Networks: A Comparative Study Employing the Facebook Assessment Index. *International Journal of Sport Communication*, 7(1), 74-89. <https://doi.org/doi/10.1123/IJSC.2013-0097>
- Norges idrettsforbund. (2019a). NIFs verdier Hentet 29.mai fra <https://www.idrettsforbundet.no/tema/nifs-verdiarbeid/>
- Norges idrettsforbund. (2019b). Nøkkeltall Hentet 29.mai fra <https://www.handball.no/regioner/nhf-sentralt/om-oss/organisasjon/nokkeltall/>

- Olympiatoppen. (2013). Håndball. Hentet 29.mai fra https://www.olympiatoppen.no/ol_pl/olympiske_leker/tidligereol/beijing_2008/utover_e/idrettsgrener/page2113.html
- Quaan-Haase, A. & Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media: a comparison of Facebook and Instant messaging. *Sage*, 30(5), 350-361. <https://doi.org/10.1177/0270467610380009>
- Ringdal, K. (2013). *Enhet og mangfold* (3. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Ronglan, L. T. (2008). *Lagspill, læring og ledelse: om lagspillenes didaktikk*. Oslo: Akilles forlag.
- Schwebs, T. & Østbye, H. (2013). *Media i samfunnet* (6. utg.). Oslo: Det Norske Samlaget.
- Statistisk sentralbyrå. (2018, 31. august). Fire av fem nordmenn bruker sosiale medier. Hentet 10.april fra <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/fire-av-fem-nordmenn-bruker-sosiale-medier>
- TeamAlert. (2019). Hvordan virker det. Hentet 6.mai fra <https://teamalert.net/how>
- Thaagard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse: En innføring i kvalitativ metode* (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Tjora, A. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS
- Vaagan, R. W. (2015). *Medieskapt*. Bergen: Fagbokforlaget.
- WhatsApp. (2019). Om WhatsApp Hentet 5. mai fra <https://www.whatsapp.com/about/>
- Østbye, H., Knapskog, K., Helland, K. & Larsen, L. O. (2002). *Metodebok for mediefag* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide

Fortelle litt om meg selv:

- Hva jeg studerer, hvorfor har jeg valgt denne type oppgave.

Introduksjon

- Har du selv spilt håndball?
- Hvor lenge har du trent laget?

Kommunikasjon

- Hvordan foregår kommunikasjonen mellom trener og spillere?
 - o Oppfølgingsspm: ang muntlig, skriftlig?
 - o Mellom trener og resten av teamet?
- Hva syns du er den beste måten å kommunisere på?

Digitale

- Hvor viktig er de digitale verktøyene for deg i klubben?
- Hvor viktig opplever du at kommunikasjonen via de digitale verktøyene er?
- Har dere en mal for hvordan kommuniserer?
- Hvordan bruker du de digitale verktøyene til å kommunisere?
- Hvordan opplever du at kommunikasjonen fungerer?
 - o Er du fornøyd med de digitale kanalene dere bruker for å kommunisere?
 - o Er du fornøyd med hvordan dere bruker facebook?
 - o Er du fornøyd hvordan dere bruker en annen app til å kommunisere?
- Hvordan foretrekker du å kommunisere med dine spillere?
 - o Hvorfor foretrekker du det? Hvorfor foretrekker du ikke noe annet?
 - o Hvordan ønsker du å få informasjon fra dine spillere?
 - o Hvordan ønsker du å få informasjon fra teamet rundt?
- Har du noen tanker om hvordan spillerne foretrekker å kommunisere?
- Har det vært noen spesifikke endringer de siste to årene?

- Har dere alltid kommunisert på samme måte?
- Hva tenker du om denne Facebook-posten?
 - Hva betyr det?



- Hva tenker du om denne Facebook-posten?



Kommunikasjon i kamp

- Hvordan kommuniserer dere i en kampsituasjon?
- Hvordan kommuniserer du til spillerne hva de skal gjøre på banen og på trening?
 - o Blir det brukt noen digitale verktøy i slike situasjoner?
- Hvordan trener dere på taktikk?

Vedlegg 2: Samtykkeerklæring

Vil du delta i forskningsprosjektet

” Hvordan fungerer kommunikasjonsflyt i norsk idrett, med fokus på kommunikasjon i håndballklubber ”?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å finne ut hvordan kommunikasjon fungerer mellom trener og utøvere på et håndballag. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Dette forskningsprosjektet er en del av mastergradsavhandling, med formål å gi et innblikk i hvordan kommunikasjon i et håndballag fungerer. På bakgrunn av dette er det viktig å fokusere på hvilke kommunikasjonskanaler som blir brukt for å opprettholde kommunikasjon mellom trener og utøver-forholdet. Derfor er det ikke fokus på hvordan publikum oppfatter kommunikasjonen. Sentrale forskningsspørsmål er hvordan fungerer formidling av kommunikasjon og hvordan bruken av Facebook fungerer som kommunikasjonskanal.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Det er institutt for sosiologi og statsvitenskap som er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du er på bakgrunn av mastergradsavhandlingen kontaktet til å delta som informant. Dette er for å skape et innblikk i hvordan trener – utøver-forholdet med tanke på kommunikasjon fungerer.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det innblikk i kommunikasjonskanalene til laget for å skape et innblikk i hvordan dere kommuniserer med hverandre. Dersom det er Facebook er det kun for å analysere hvordan og hvilke ting blir formidlet av trener, og hvordan utøverne responderer. Som sagt så vil det være anonymt og kun prosjektleder og eventuelt veileder vil anvende informasjonen. Dersom det etter denne perioden er spørsmål som ikke vil bli besvart i analysen, så kan det være aktuelt å få forespørsel om intervju. All informasjon vil bli behandlet konfidensielt og din anonymitet vil bli opprettholdt. Data vil bli lagret og slettet

ved prosjektet sin planlagte sluttdato, 10. juni 2019. Da vil den eneste informasjonen som er beskrevet i prosjektet bli igjen.

Sentrale spørsmål vil da handle om lagets kommunikasjon og hvilke tanker man har om det.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

De eneste som vil ha tilgang til informasjon er undertegnede og veileder, Jan Erik Ingebrigtsen.

I prosjektet vil det bli benyttet koding og kategorisering som skal sikre anonymitet og ikke være knyttet til øvrige data.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Prosjektet skal etter planen avsluttes 10.juni 2019, og personinformasjon skal da slettes og ikke brukes videre.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:
innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
å få rettet personopplysninger om deg,
få slettet personopplysninger om deg,
få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Institutt for sosiologi og statsvitenskap har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med: Institutt for sosiologi og statsvitenskap ved Amalie Kvåle på epost: akvale94@gmail.com eller telefon 93672000. Eller veileder, Jan Erik Ingebrigtsen på epost:

jan.ingebrigtsen@ntnu.no

(NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på epost (personvernombudet@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen Amalie Kvåle

Prosjektansvarlig
(Forsker/veileder)

Eventuelt student

Samtykkeerklæring

Samtykke kan innhentes skriftlig (herunder elektronisk) eller muntlig. NB! Du må kunne dokumentere at du har gitt informasjon og innhentet samtykke fra de du registrerer opplysninger om. Vi anbefaler skriftlig informasjon og skriftlig samtykke som en hovedregel.

- Ved skriftlig samtykke på papir, kan du bruke malen her.
- Ved skriftlig samtykke som innhentes elektronisk, må du velge en fremgangsmåte som gjør at du kan dokumentere at du har fått samtykke fra rett person (se veiledning på NSDs nettsider).
- Hvis konteksten tilsier at du bør gi muntlig informasjon og innhente muntlig samtykke (f.eks. ved forskning i muntlige kulturer eller blant analfabeter), anbefaler vi at du tar lydopptak av informasjon og samtykke.

Hvis foreldre/verge samtykker på vegne av barn eller andre uten samtykkekompetanse, må du tilpasse formuleringene. Husk at deltakerens navn må fremgå.

Tilpass avkryssingsboksene etter hva som er aktuelt i ditt prosjekt. Det er mulig å bruke punkter i stedet for avkryssingsbokser. Men hvis du skal behandle særskilte kategorier personopplysninger og/eller de fire siste punktene er aktuelle, anbefaler vi avkryssingsbokser pga. krav om eksplisitt samtykke.

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet (*sett inn tittel*), og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i (*sett inn aktuell metode, f.eks. intervju*)
- å delta i (*sett inn flere metoder, f.eks. spørreskjema*) – hvis aktuelt
- at lærer kan gi opplysninger om meg til prosjektet – hvis aktuelt
- at mine personopplysninger behandles utenfor EU – hvis aktuelt
- at opplysninger om meg publiseres slik at jeg kan gjenkjennes (*beskriv nærmere*) – hvis aktuelt
- at mine personopplysninger lagres etter prosjektslutt, til (*beskriv formål*) – hvis aktuelt

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet, ca. (*oppgi tidspunkt*)

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

