

NTLs navn og omdømme - beslutningsgrunnlag

NTLs navn og omdømme - beslutningsgrunnlag	1
Innledning	2
Utviklingstrekk som påvirker navnedebatten	2
Endringer i statsforvaltningen	3
Endringer i tjenstemannslovgivningen og tilhørende språkbruk	3
Endringer i retning av kjønnsnøytrale benevnelser	3
Endringer i estetiske idealer og behovet for iscenesettelse	3
Navnebytte som bygging av identitet, image og omdømme	4
Identitet	4
Image og omdømme	5
NTLs arbeid med omdømmebygging	5
Hovedveivalg for navnediskusjonen	6
Beholde dagens navn	6
Beholde forkortelsen	6
Nytt navn som beskriver forbundet	7
Nytt navn som kun indirekte beskriver forbundet	7
Politiske og administrative konsekvenser av navnebytte	8
Navnebytter i framtiden	8
Å forsvare og stå inne for nytt navn	8
Administrative oppgaver knyttet til nytt navn	8
Medlemsundersøkelse om navn og navnebytte	9
Sammendrag	9
Opplevelser av dagens navn og forkortelse	10
Hva er viktigst ved utformingen av et eventuelt nytt navn?	14
Medlemmenes forslag til nytt navn	17
Fokusgruppeintervjuer om organisasjonsidentiteten	18
Hvordan komme fram til et eventuelt nytt navn?	18
Litteratur	19

Innledning

Til NTLs landsmøte i 2018 kom det inn forslag om å endre forbundets navn. Til grunn for forslaget lå en opplevelse av at navnet Norsk Tjenestemannslag ikke lenger reflekterer godt nok hvem vi er. Endringer i medlemsmassens sammensetting, endringer i språkbruken knyttet til tjenestemannslovgivningen og bevegelsen i retning av kjønnsnøytrale betegnelser har bidratt til denne utviklingen.

Landsmøtet vedtok til slutt følgende formulering: “NTL Norsk Tjenestemannslag videreføres, og spørsmål om navnebytte oversendes landsstyret”, med begrunnelsen “Landsstyret utreder behov for navneendring og evt forslag til nytt navn. Landsstyret tar stilling til evt navnebytte i landsmøteperioden. Navneskifte bør være en del av en større prosess som sikrer et godt og unikt navnevalg om forbundet skal skifte navn.”

Landsstyret vedtok i juni 2019 følgende oppfølging av forslaget: “Det fremmes en sak for landsstyret med forslag til fremgangsmåte for å utrede spørsmålet.” Forbundsstyret signaliserte overfor landsstyret ved behandlingen i 2019 at en ikke anså det som aktuelt å gjennomføre prosess og en navneendring i landsmøteperioden, men at dette temaet bør behandles på et landsmøte. Forbundsstyret igangsatte arbeid med en forberedende prosess våren 2021 slik at forslag om mulig navneendring kan inngå i den ordinære forslagsbehandlingen til landsmøtet. Forbundsstyret orienterte om prosessen i landsmøtesaken om landsmøteforberedelser i juni 2021 og signaliserte der at forbundsstyret “kommer tilbake til Landsstyret med en sak om videre prosess for landsstyrets arbeid til landsstyremøtet i oktober 2021”.

Dette beslutningsgrunnlaget er ment å gi en oversikt over de viktigste hensynene som må tas med i forberedelsene til en endelig behandling på landsmøtet i 2022.

Norsk Tjenestemannslag har hatt samme navn, forkortelse og logo siden forbundet ble stiftet i 1947. Når denne saken kommer opp til vurdering nå må det ses i sammenheng med en del utviklingstrekk i samfunnet og i kulturen vi er en del av. Når det oppstår en for stor dissonans mellom den foranderlige kulturen og det vedtektsfestede og uendrede navnet kan det føre til en bekymring for at navnet er til hinder for et tilstrekkelig godt omdømme, noe som vil kunne svekke gjenkjennbarheten og mulighetene for rekruttering av medlemmer og tillitsvalgte. Vi skal senere i teksten komme tilbake til hvordan navnet kan være med på å skape identitet og i kombinasjon med målrettet kommunikasjonsarbeid legge grunnlag for image og omdømme.

Utviklingstrekk som påvirker navnedebatten

Navnet Norsk Tjenestemannslag baserer seg på betegnelsen tjenestemann, som fram til 2017 refererte til ansatte i staten. Mens denne koblingen gjennom store deler av 1900-tallet på en god måte reflekterte hva forbundet drev med, har den siden århundreskiftet blitt svekket av en rekke utviklingstrekk.

Endringer i statsforvaltningen

En rekke reformer og endringsprosesser førte rundt århundreskiftet til utskilling og fristilling av statlige virksomheter og enkeltfunksjoner fra forvaltningen til enkeltstående helt eller delvis statskontrollerte foretak. Disse prosessene har vært forstått i sammenheng med New Public Management-ideologien som dominerte forvaltningspolitikken på 2000-tallet. Viktigere i denne sammenheng er imidlertid konsekvensene for NTL, både for medlemssammensetningen, for egen organisasjon og for tariffsystemet vi opererer i.

Mens det statlige tariffområdet i 1990 sto for over 90% av NTLs yrkesaktive medlemsmasse, har utskillingen av statlige virksomheter til foretak organisert i Spekter og andre arbeidsgiverorganisasjoner ført til at denne andelen nå er nede i under 80%. Flere store landsforeninger i NTL har nå medlemsmassen sin helt eller i overveiende grad i privat sektor. Stadig flere prosesser NTL deltar i, både tariffmessige og politiske, har sitt utspring andre steder enn i statsforvaltningen eller det statlige tariffområdet.

Endringer i tjenestemannslovgivningen og tilhørende språkbruk

Tjenestemannslovgivningen betegner et sett av regelverk som består av statsansatteloven (tidligere tjenestemannsloven), tjenestetvistloven og tilhørende forskrifter. Sammen med hovedavtalen og hovedtariffavtalen i staten har tjenestemannslovgivningen vært utformet med den hensikt å motvirke politisering av byråkratiet og risikoen for korrupsjon.

Da regjeringen Solberg satte i gang prosessen som i 2017 endte med at Lov om statens tjenestemenn m.m. fra 1918 ble erstattet av statsansatteloven var det med en ambisjon om å bygge ned det regulatoriske skillet mellom ansettelser i og utenfor staten. Lovendringene har på endel områder hatt reelle følger for dette skillet, men for det spørsmålet som diskuteres her er det den språklige endringen som er den viktigste.

Det er ingen nødvendig sammenheng mellom tjenestemannsloven og forbundets navn. Likevel har opphevelsen av tjenestemannsloven for mange vært et argument for å tenke på et nytt navn til forbundet.

Endringer i retning av kjønnsnøytrale benevnelser

Den språklige endringen i tjenestemannslovgivningen var selv delvis informert av en bredere tendens til å ta i bruk kjønnsnøytrale benevnelser som riksmekler, statsforvalter og sysselmester. For mange framstår det som et brudd med NTLs progressive holdning i kjønns- og kulturspørsmål å skulle henge etter i utviklingen i retning av slik kjønnsnøytral terminologi. Behovet for et kjønnsnøytralt navn vil for en del være en tilstrekkelig grunn til å gå inn for navnebytte.

Endringer i estetiske idealer og behovet for iscenesettelse

Framveksten av digitale medier har dramatisk endret bruken av flater med avansert visuell utforming. De digitale medienes sjangerbegrensninger stiller krav til organisasjonens egen

iscenesettelse som igjen har konsekvenser for hvilke navn og logoer som må regnes som merverdige i en markedsføringssammenheng.

Samtidig stilles mange navne- og logoendringsprosesser i et latterlig lys når omverdenen bedømmer dem som et for påkostet og for lite tilslørt forsøk på å score billige poeng for et ellers uendret produkt. Ikke minst fra vår egen leir har organisasjoner som Vy og Equinor måttet tåle omtale under pari etter de prosessene de har vært gjennom på grunnlag av den samme typen analysen som finnes i dette dokumentet. Det er derfor verdt å tenke på navnediskusjonen i NTL også på et refleksivt nivå, der vi tar hensyn til hvordan selve prosessen framstår for omgivelsene.

Navnebytte som bygging av identitet, image og omdømme

Prosessene som til nå er nevnt er neppe hver for seg tilstrekkelige argumenter for et navnebytte, gitt de kostnadene et navnebytte medfører. De er heller ikke egnet til å legge grunnlag for en vurdering av hva det nye navnet skal være.

Et navnebytte bør snarere ses som en del av en bevisst strategi for å klargjøre forbundets identitet. Dersom identiteten i sin tur formidles gjennom et effektivt kommunikasjonsarbeid, vil det kunne skape grunnlag for et tydeligere image og et sterkere omdømme. Hvis forbundet lykkes med å skape et sterkere omdømme som følge av navnebyttet vil det kunne gi medlemsvekst og forsvare de kostnadene navnebyttet medfører.

Identitet

Brønn og Ihlen (2009) skiller mellom organisasjonsidentitet og virksomhetsidentitet. Organisasjonsidentitet er den felles opplevelsen av identitet som eksisterer blant medlemmene, mens virksomhetsidentitet er den identiteten man forsøker å kommunisere utad. Bli det for stort gap mellom den opplevde og den kommuniserte versjonen vil medlemmene kunne få problemer med å kjenne seg igjen i organisasjonens ansikt utad og føle seg fremmedgjorte. Dette er en reell fare når man vurderer å bytte ut et navn med så lange tradisjoner som NTL har.

Et godt sted å starte kan derfor være å finne ut hvordan organisasjonen opplever seg selv. Organisasjonsidentiteten er ikke noe fastlagt og bestandig, den er i stadig endring, og det er mulig for de tillitsvalgte og det sentrale leddet å påvirke denne utviklingen.

De utviklingstrekkene som er nevnt i begynnelsen av notatet sier en del om hvilken retning de som engasjerer seg i saken ønsker å trekke forbundets virksomhetsidentitet. Det kan være nyttig å teste ulike konkretiseringer av denne ønskede utviklingsretningen mot organisasjonsidentiteten for å sjekke hvor radikalt de bryter med hverandre.

Image og omdømme

Image er det inntrykket andre har av organisasjonen, og det kan variere fra person til person hvilket image de har av forbundet vårt. En omforent og godt kommunisert identitet legger grunnlag for et konsistent image. Hvis et konsistent image opprettholdes over tid har man et omdømme.

Når debatten om navneskifte kom til overflaten i forkant av landsmøtet 2018 kan det leses på ulike måter.

- Som en bekymring om at NTLs navn ikke lenger er i takt med resten av identiteten
- Som en bekymring for at identiteten ikke utvikler seg tilstrekkelig, og at et navnebytte vil kunne hjelpe i gang den prosessen
- Som en bekymring for at navnet hindrer forbundets omdømme i å utvikle seg fra en godt utviklet identitet
- Som en bekymring for at NTLs image er inkonsistent og ikke legger grunnlag for et varig omdømme

NTLs omdømme bygges hver eneste dag. Hver gang et medlem snakker om forbundet, hver gang tillitsvalgte fronter forbundet på arbeidsplassen, og hver gang medarbeidere og sentralt tillitsvalgte sprer NTL-budskapet som del av forbundets faglige og politiske virke eller som bevisst kommunikasjonsarbeid. Men for at dette arbeidet skal være effektivt må hver handling bygge på den samme oppfatningen av virksomhetsidentitet, og aller helst med en bevisst tanke om hvilket image man ønsker at skal manes fram hos den man snakker med.

Et forberedelsesarbeid for navnebytte bør derfor inneholde:

- En beskrivelse av en ønsket felles virksomhetsidentitet
- En beskrivelse av på hvilke punkter denne skiller seg fra den eksisterende organisasjonsidentiteten
- En liste over hvilke tredjeparter man er mest opptatt av at skal ha et image av NTL som matcher vår virksomhetsidentitet
- En målsetning for og helst målbare kriterier for omdømmet

NTLs arbeid med omdømmebygging

Forbundet har allerede, som de fleste andre organisasjoner, et pågående arbeid for omdømmebygging. I NTLs kommunikasjonsstrategi 2019-2022 heter det blant at forbundet skal "vise at vi er fagforbundet med de mest kunnskapsrike tillitsvalgte og har de beste løsningene for et godt arbeidsliv og en framtidsretta velferdspolitik", og er "et forbund som er tydelig på arbeidstakernes side".

Denne vektleggingen av å være et sterkt kollektiv som gir trygghet i arbeidsforholdet har vært del av NTLs kommuniserte identitet langt tilbake i tid. De siste ti årene har forbundet satset på synliggjøring overfor unge og arbeidstakere med høyere utdanning, blant annet gjennom satsingen på NTL Ung og prosjektet LO for Alle.

Utformingen av NTLs nye nettsider i 2020 er et uttrykk for ambisjonene nevnt over. I kommunikasjonsstrategien står det at nettsidene skal "omformes slik at inngangen til nettsidene i størst mulig grad medvirker til rekruttering av nye medlemmer. Det betyr at innhold som er egnet til å få fram de følelsesmessige eller materielle virkningene av å bli medlem skal prioriteres."

Dersom forbundet går inn for å bytte navn vil det utgjøre den altoverskyggende aktiviteten for informasjonsavdelingen i en lengre periode. Et navnebytte vil by på nye muligheter i arbeidet med omdømmebygging, men vil også legge beslag på mye ressurser. Å skifte navn for å styrke omdømmearbeidet må derfor følges opp med ekstraordinære ressurser dersom arbeidet skal kunne gjennomføres på en god måte, og for at ikke andre områder av avdelingens og forbundskontorets drift skal bli skadelidende.

Hovedveivalg for navnediskusjonen

Vi kan dele alternativene inn i fire hovedkategorier:

- a.) Beholde dagens navn
- b.) Beholde dagens forkortelse, men slutte å bruke fullversjonen av navnet.
- c.) Bytte til et navn som beskriver forbundets virke direkte
- d.) Bytte til et navn som kun refererer til forbundets virke på en indirekte måte

Beholde dagens navn

Til tross for endringsprosessene beskrevet over kan det argumenteres for at dagens navn er veletablert og har fungert godt lenge, og at å beholde det vil opprettholde en gjenkjennelsesfaktor, redusere risiko for en feilslått endring og utvilsomt spare forbundet for store utgifter til administrativt arbeid som følge av endringen. Å beholde navnet er derfor en løsning som bør være med blant alternativene.

Beholde forkortelsen

Å beholde forkortelsen, men koble den fra sitt opprinnelige opphav er en strategi som er brukt av mange sammenlignbare organisasjoner. AOF har brukt denne strategien helt eksplisitt og har kvittet seg med resten av navnet. Andre organisasjoner bruker forkortelsen konsekvent uten å henvise til betydningen, eksempler på dette er NRK, DNB og (fram til det beryktede navnebyttet) NSB.

Forkortelsen kan gjerne suppleres med et tillegg, det vil si at forbundets navn blir på formen «NTL – forbundet for xxx».

Det er sannsynlig at forkortelsen NTL har høyere gjenkjennelighet enn forbundets fulle navn, og det å vri benevnelsen i retning av forkortelsen på bekostning av det fulle navnet kan derfor være en farbar vei for forbundet. Dette alternativet kan kombineres med endringer i logoen dersom dette isolert sett er ønskelig, og det vil utvilsomt redusere de administrative kostnadene ved endringen.

Å slutte å bruke den fulle versjonen av navnet vil signalisere for omverdenen at vi anerkjenner at navnet har en historisk klang og at vi forholder oss til de endringene som skjer i samfunnet, men at gjenkjennelighet og kontinuitet er hensyn som veier tungt nok til å beholde den forkortelsen som i de fleste praktiske sammenhenger benevner forbundet.

Nytt navn som beskriver forbundet

Språkrådet anbefaler på generelt grunnlag organisasjoner som henvender seg til offentligheten å ha navn som forklarer organisasjonens hovedformål. Det er imidlertid ingen enkel oppgave å beskrive NTLs virksomhet med så få ord at det lar seg oppsummere i et navn uten å utelate viktige elementer. Den økte andelen medlemmer med arbeidsforhold i privat sektor har allerede gjort dagens navn problematisk i denne sammenhengen.

Dersom det skulle lykkes noen å finne et navn som tilfredsstillter Språkrådets anbefaling på dette området ville det utvilsomt være et stort pluss for kandidaturet.

Eksempler fra andre organisasjoner:

- Norsk forbund for tekniske og administrative funksjonærer ble til Forbundet for ledelse og teknikk
- Norsk forbund for universitets- og høyskoleutdannede ble til Akademikerforbundet
- Lærerforbundet og Norsk lærerlag ble til Utdanningsforbundet
- Norsk Kjemisk Forbund og Norsk Olje- og Petrokjemisk Fagforbund ble Industri Energi

Nytt navn som kun indirekte beskriver forbundet

Mange organisasjoner, inkludert organisasjoner i vår egen bransje, har de siste årene skaffet seg nye navn som bare på en indirekte måte refererer til organisasjonens oppgave. Creo, Negotia og Parat er eksempler på navn som, i det minste når de ledsages av en forklaring av kreative assosiasjoner og tvilsom latin, bærer en tilknytning til organisasjonens plass i samfunnet. En slik logikk lå trolig til grunn da et organisasjonsledd foreslo navnet Sammen overfor landsmøtet i 2018, et forslag som ikke fikk flertall.

En åpenbar fordel med den typen navn det her er snakk om er at de åpner en mulighet for en reell reorientering av forbundets fokus dersom det er enighet i organisasjonen om et behov for fornying ut over det rent språklige. Som eksempel er det fristende å nevne Equinor og Spekter.

En annen fordel er at det åpner for et mye bredere spekter av språklig variasjon, og en mulighet for å utforme navnet på en slik måte at det er lett å huske, at det skiller seg fra andre organisasjoners navn, at det fungerer godt i logoer, nettadresser og lignende, og at det kan kombineres med suffikser for å benevne organisasjonsledd.

En fare med slike navn er imidlertid at den kreative prosessen gjerne preges av tidsånd og enkelt kan kritiseres som «motenavn». Hvilken mottakelse et slikt navn får er ofte vanskelig

å forutse, og en stemningsbølge kan raskt domineres av enkeltaktører med sterkt gjennomslag i offentligheten.

Eksempler fra andre organisasjoner:

- Funksjonærforbundet ble til Negotia
- Prifo og 2fo ble til Parat
- Musikernes fellesorganisasjon ble til Creo
- Kommunalansattes fellesorganisasjon ble til Delta
- Utdanningsgruppenes hovedorganisasjon ble til Unio
- Handels- og servicenæringens hovedorganisasjon ble til Virke

Politiske og administrative konsekvenser av navnebytte

Et navnebytte er et vedtak med store konsekvenser for organisasjonen. Her nevnes kun noen av konsekvensene som må tas høyde for i debatten, uten noe forsøk på kvantifisering.

Navnebytter i framtiden

Noen organisasjoner i vårt omland har endt med å bytte navn som følge av sammenslåinger med andre organisasjoner. For eksempel ble navn som Fagforbundet, Fellesforbundet og Fellesorganisasjonen etablert som følge av sammenslåinger. Det kan være verdt å tenke gjennom muligheten for at forbundet kan komme i en situasjon der et ytterligere navnebytte vil tvinge seg fram innenfor en tidshorisont som vil gjøre at det første navnebyttet i ettertid framstår som lite gjennomtenkt.

Å forsvare og stå inne for nytt navn

For forbundets tillitsvalgte vil et nytt navn føre til en forpliktelse til å forsvare og markedsføre det nye navnet i de sammenhenger der man representerer forbundet, både formelt overfor arbeidsgiver og i uformelle sammenhenger. Det er derfor viktig at navnet har bred tilslutning og ikke er vanskelig å akseptere for de tillitsvalgte. Dersom en andel av NTLs medlemmer og tillitsvalgte etter et navnebytte ender med å på tross bruke det gamle navnet vil det være katastrofalt for virksomhetsidentiteten og omdømmebyggingen, og navneprosessen vil virke mot sin hensikt.

Administrative oppgaver knyttet til nytt navn

Forbundets navn er skrevet på et stort antall flater, og det vil innebære et betydelig arbeid å skifte ut alle de trykte og digitale flatene der navnet inngår. En samtidig utskiftning er i praksis umulig for en så desentralisert organisasjon som NTL.

Det er viktig å understreke at kostnadene knyttet til en slik utskiftning er betydelige, og neppe kan gjennomføres uten ekstra ressurser eller bevisst prioritering.

Medlemsundersøkelse om navn og navnebytte

Forbundsstyret anbefalte i september 2021 å gjennomføre en undersøkelse blant medlemmene om synet på dagens navn og et eventuelt bytte. Informasjonsavdelingen gjennomførte undersøkelsen i egen regi i perioden 17.-26. september.

Undersøkelsen ble sendt ut med Questback til 39.820 e-postadresser, hvorav 38.207 ble levert til mottagerserveren. Da undersøkelsen ble avsluttet var det kommet inn 7.925 svar, som tilsvarer 20,7% av dem som mottok undersøkelsen.

Undersøkelsen bestod av en rekke påstander respondenten ble bedt om å ta stilling til på en skala fra svært uenig til svært enig, og med en nøytral midtkategori. I tillegg var det et åpent svarfelt der man kunne legge inn sitt eget forslag til eventuelt nytt navn.

Her følger en oppsummering av resultatene fra undersøkelsen.

Sammendrag

Medlemsmassen er delt i spørsmålet om hvorvidt forbundet bør skifte navn. For begge de motsatt formulerte påstandene om at forbundet bør skifte navn og at navnet Norsk Tjenestemannslag er viktig å beholde gjelder det at det er omtrent like mange som er enige og uenige i påstandene.

Det er imidlertid klare tendenser til at medlemmer i de eldste alderskategoriene er mer knyttet til dagens navn enn de yngre. Dette gjelder både de to nevnte spørsmålene, opplevelsen av gjenkjennelse av navn og forkortelse hos bekjente, vektleggingen av forbundets historie og behovet for å beholde forkortelsen selv i en situasjon der forbundet bytter navn.

Det er også en kjønnsforskjell. Kvinner mener i større grad enn menn at forbundet bør skifte navn, et funn som støtter antagelsen om at det er en bekymring for mange at dagens navn ikke er kjønnsnøytralt.

Ansatte i privat sektor er mer positive til å bytte navn enn det de ansatte i staten er. De statsansatte opplever samtidig at folk de snakker med kjenner til forbundets navn og forkortelse.

I spørsmål knyttet til utformingen av et eventuelt nytt navn er medlemsmassen mer samstemt. Et stort flertall er enige om at et eventuelt nytt navn bør beskrive tydelig hva forbundet driver med, at vi er et fagforbund og hvem vi organiserer.

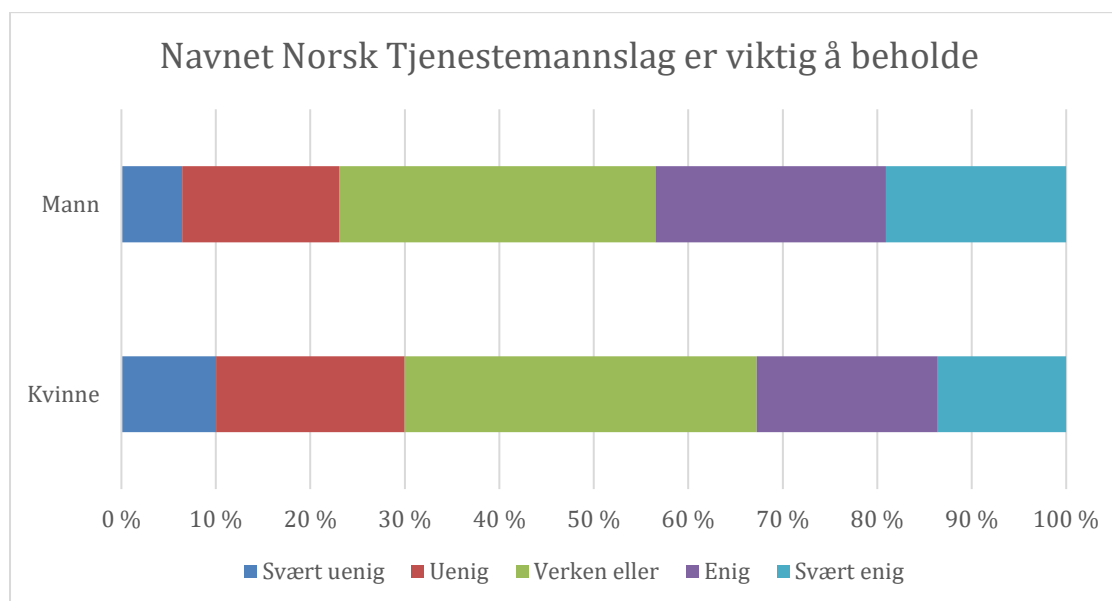
På de fleste spørsmålene har en betydelig andel valgt midtkategorien "Verken eller". Det er viktig å ha med seg at mange medlemmer ikke har noen klar oppfatning i spørsmålet. Samtidig gjør dette at rapporteringen av andelene som har tatt stilling i de fleste tilfellene forholder seg til mindretall. Størrelsen på andelene som er enige eller uenige i påstandene

vil danne grunnlaget for analysen, mens de som ikke har tatt stilling blir utelatt. I figurene vil man likevel kunne se den fulle fordelingen, inkludert den nøytrale midtkategorien.

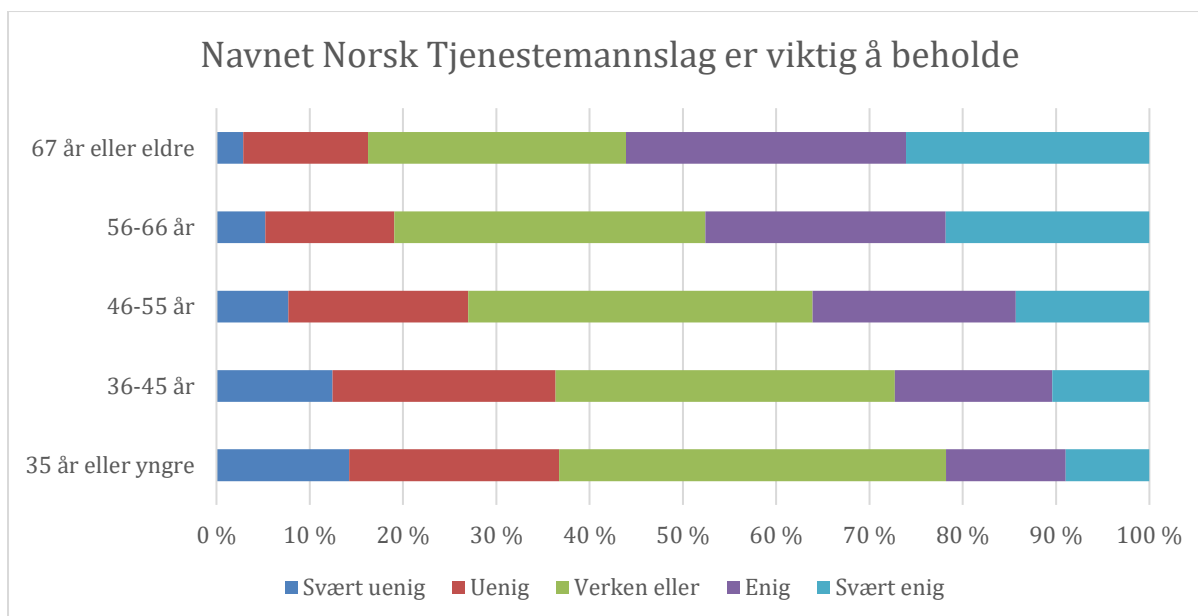
Opplevelser av dagens navn og forkortelse

Vi ba respondentene ta stilling til påstanden «Navnet Norsk Tjenestemannslag er viktig å beholde». Medlemsmassen som helhet er delt i dette spørsmålet. 27,1 prosent er uenig eller svært uenig, 37,4 prosent er enig eller helt enig, mens 35,5 prosent har svart den nøytrale midtkategorien.

Kvinner er mindre enig i påstanden enn menn. Mens 43,3 prosent av mennene er enig eller svært enig, gjelder dette kun for 32,3 prosent av kvinnene. Dette er verdt å merke seg, siden en av bekymringene som har vært reist i forbindelse med denne saken er at det eksisterende navnet ikke er kjønnsnøytralt.

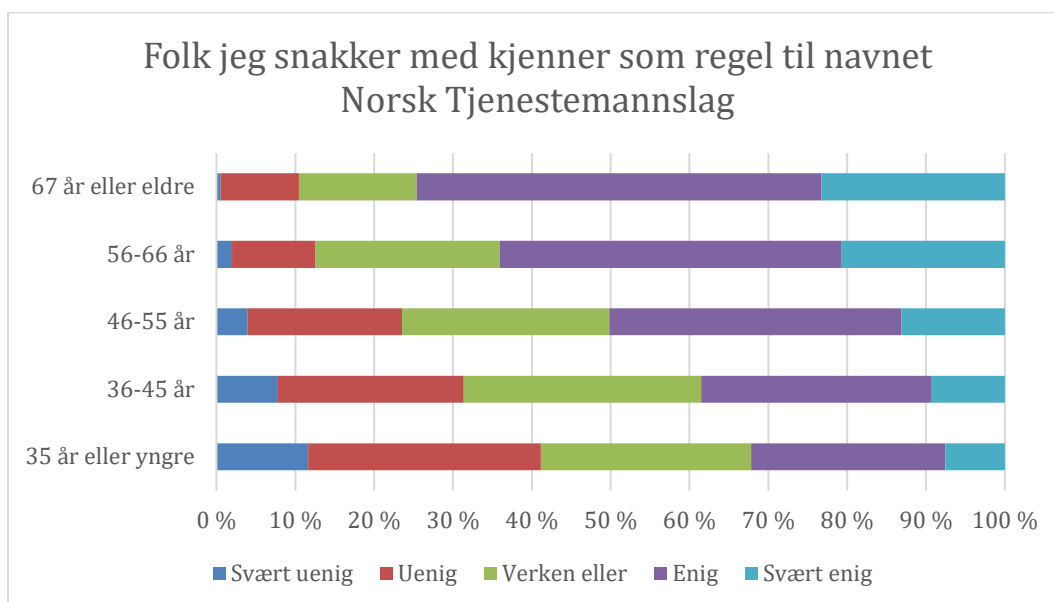


Hvis vi krysser spørsmålet mot alder ser vi at det er tydelige forskjeller mellom aldersgruppene. Mens over halvparten av medlemmene over 67 år er enig eller svært enig i påstanden, gjelder dette for kun 21,8% av dem fra 35 år og nedover. I de to yngste kategoriene, opp til 45 år, er 36 prosent uenig i påstanden.

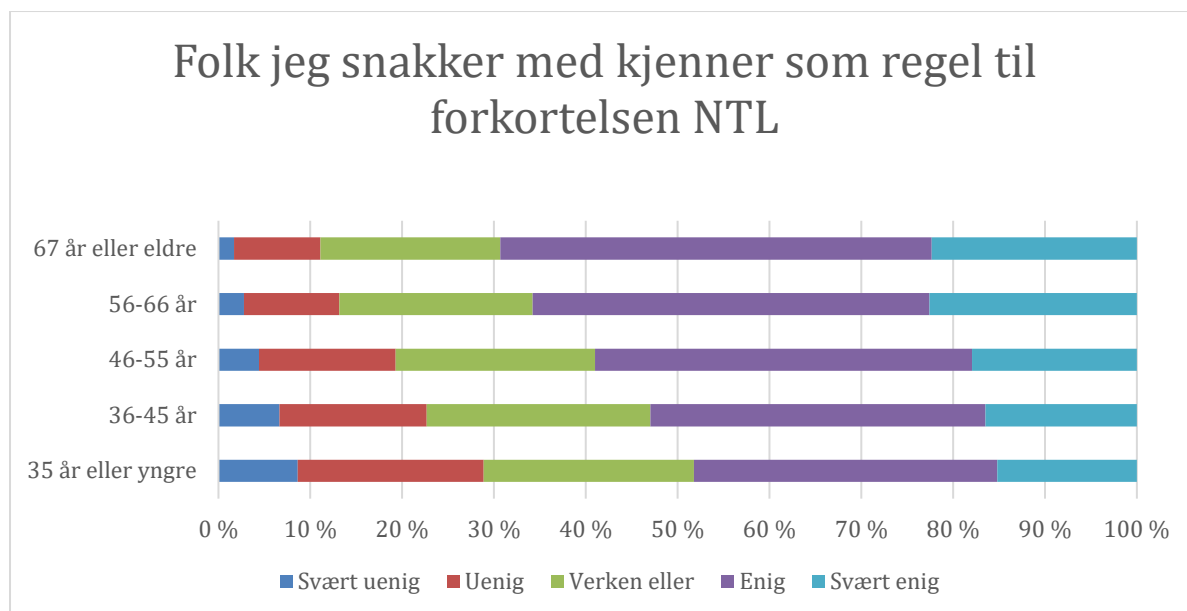


Det er ikke tydelige forskjeller mellom tillitsvalgte og andre i dette spørsmålet.

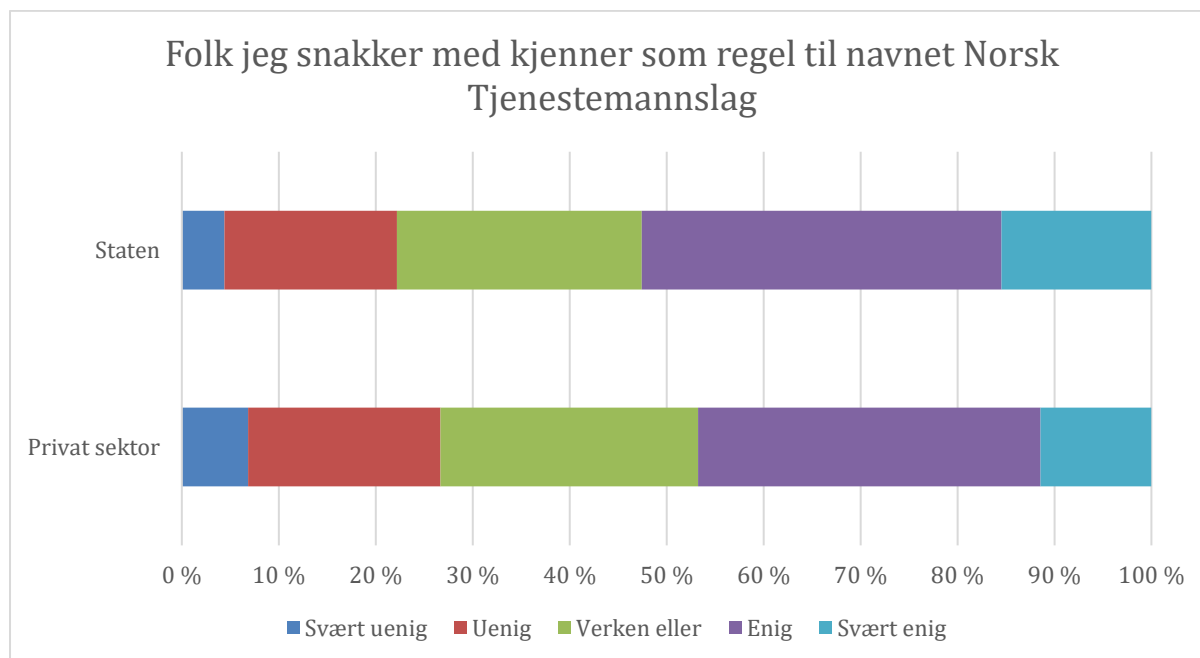
Vi spurte respondentene om folk de snakker med kjenner til navnet Norsk Tjenestemannslag og forkortelsen NTL. Så vidt over halvparten av de spurte sa seg enig eller svært enig i at folk gjenkjenner navnet, og nesten seks av ti at folk gjenkjenner forkortelsen. Her er det imidlertid store aldersforskjeller. Mens tre av fire i den eldste alderskategorien opplever at folk gjenkjenner navnet, gjelder dette for under en tredel i den yngste kategorien.



Den samme tendensen ser vi i litt svakere grad når det gjelder forkortelsen. Syv av ti av dem over 67 er enig eller svært enig i at folk som regel kjenner til forkortelsen NTL, mens litt under halvparten av dem under 35 gjør det samme.



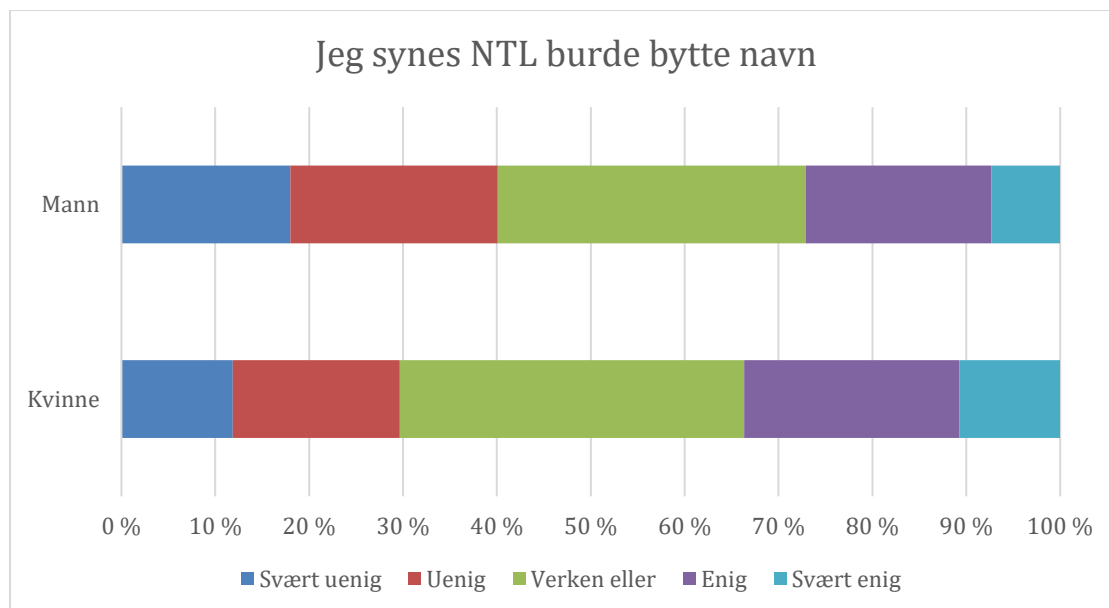
De som jobber i staten er mer tilbøyelig til å være enige i at folk som regel gjenkjenner navnet og forkortelsen enn de som jobber i privat sektor. Blant statsansatte medlemmer er 52 prosent er enige eller svært enige i at folk som regel gjenkjenner navnet, mens dette bare gjelder 46,1 prosent av dem som jobber i privat sektor. Det samme mønsteret gjelder også for spørsmålet om gjenkjennelse av forkortelsen.



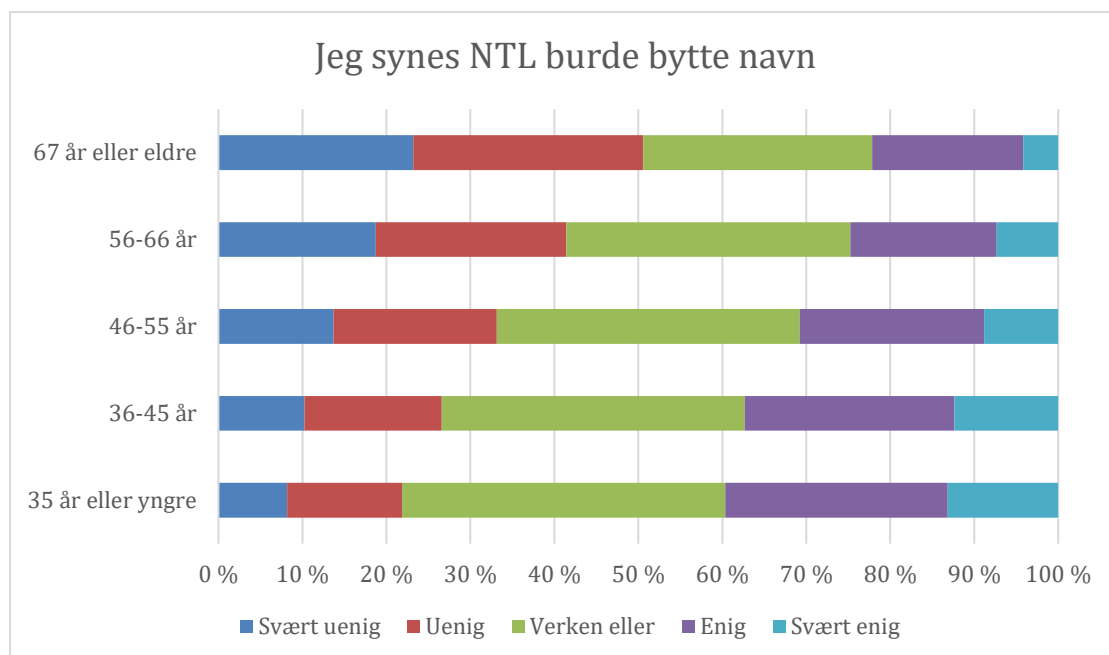
Da vi spurte respondentene rett ut om de mente at forbundet burde skifte navn viste de samme skillelinjene seg. Medlemsmassen som helhet ser ut til å være delt i dette spørsmålet. Mens 30,7% er enig eller svært enig i at NTL bør skifte navn er 33,8% uenig eller svært uenig. Også her valgte en tredel av medlemmene den nøytrale midtkategorien.

NTLs navn og omdømme - beslutningsgrunnlag

Kvinnene er imidlertid langt mer positive til et navnebytte enn mennene. Blant kvinnene er det flere som er enige eller svært enige i at NTL bør skifte navn, en tredel, enn som er uenige eller svært uenige, tre av ti. Blant mennene er det flere som er uenige eller svært uenige, fire av ti, mens kun 27 prosent er enig eller svært enig.



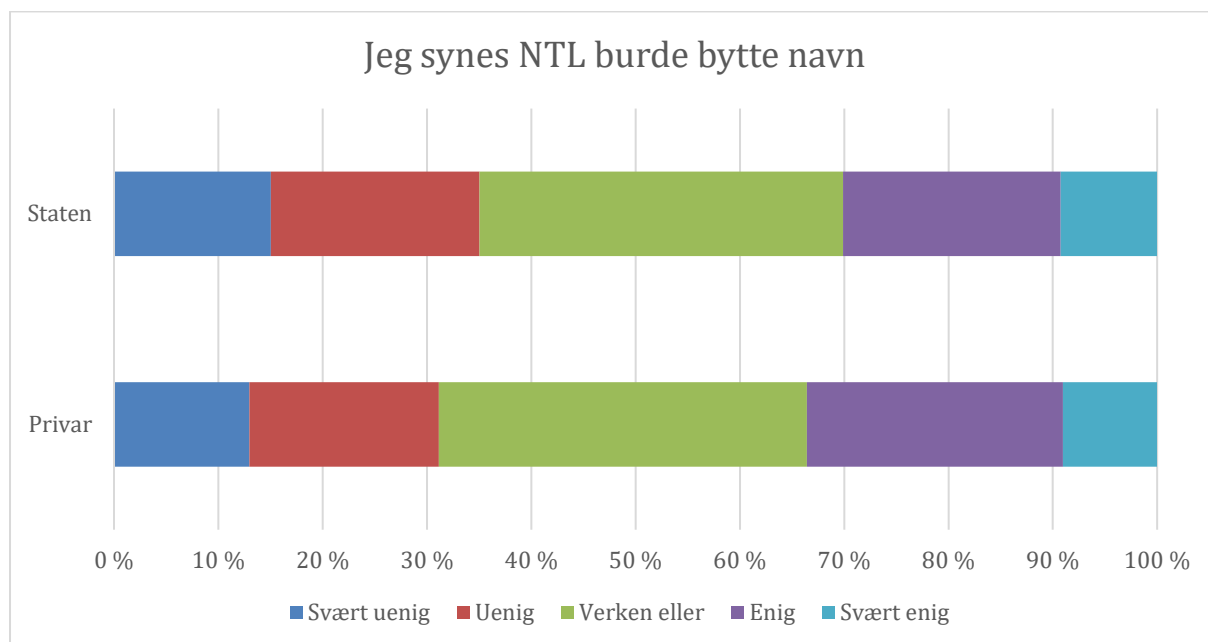
Aldersforskjellene er også svært tydelige i dette spørsmålet. I den yngste aldersgruppen er fire av ti enige eller svært enige i at NTL bør bytte navn, mens bare 22% i den eldste gruppen mener dette. Her er derimot over halvparten uenig eller svært uenig i påstanden.



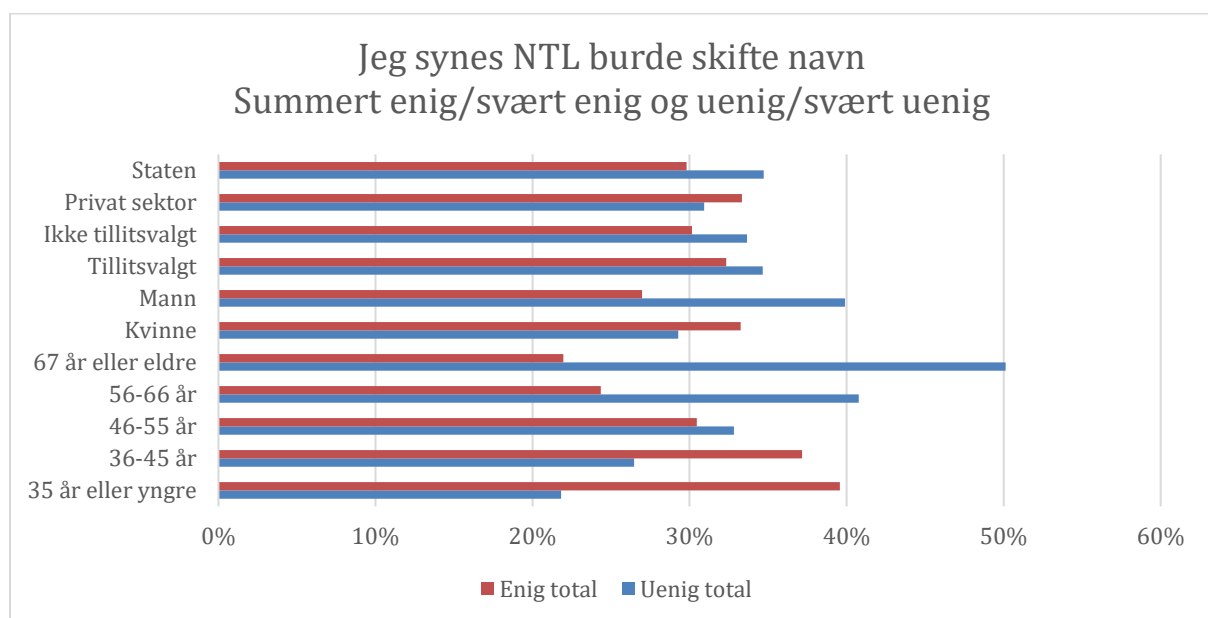
Medlemmer i privat sektor er noe mer positive til å skifte navn enn de som jobber i staten. I staten er 29,9% enig eller svært enig i at forbundet bør bytte navn. I privat sektor er dette

NTLs navn og omdømme - beslutningsgrunnlag

tallet 33,4%. Det samme mønsteret gjelder også for spørsmålet om navnet Norsk Tjenestemannslag er viktig å beholde.



I dette viktige spørsmålet er det altså endel variasjon mellom ulike grupper i forbundet. I figuren under har vi lagt sammen andelene som er henholdsvis enig/svært enig og uenig/svært uenig og eliminert midtkategorien «verken/eller».



Hva er viktigst ved utformingen av et eventuelt nytt navn?

Vi ba respondentene ta stilling til endel påstander om et eventuelt nytt navn. Tre av påstandene var ment å sjekke hvor viktig det er for medlemmene at navnet refererer til at NTL er en fagforening. Et stort flertall er enig eller svært enig i at det er viktig at et eventuelt

NTLs navn og omdømme - beslutningsgrunnlag

nytt navn beskriver tydelig hva forbundet driver med. 32,8 prosent er svært enige i dette, og ytterligere 50,4 prosent er enige i påstanden.

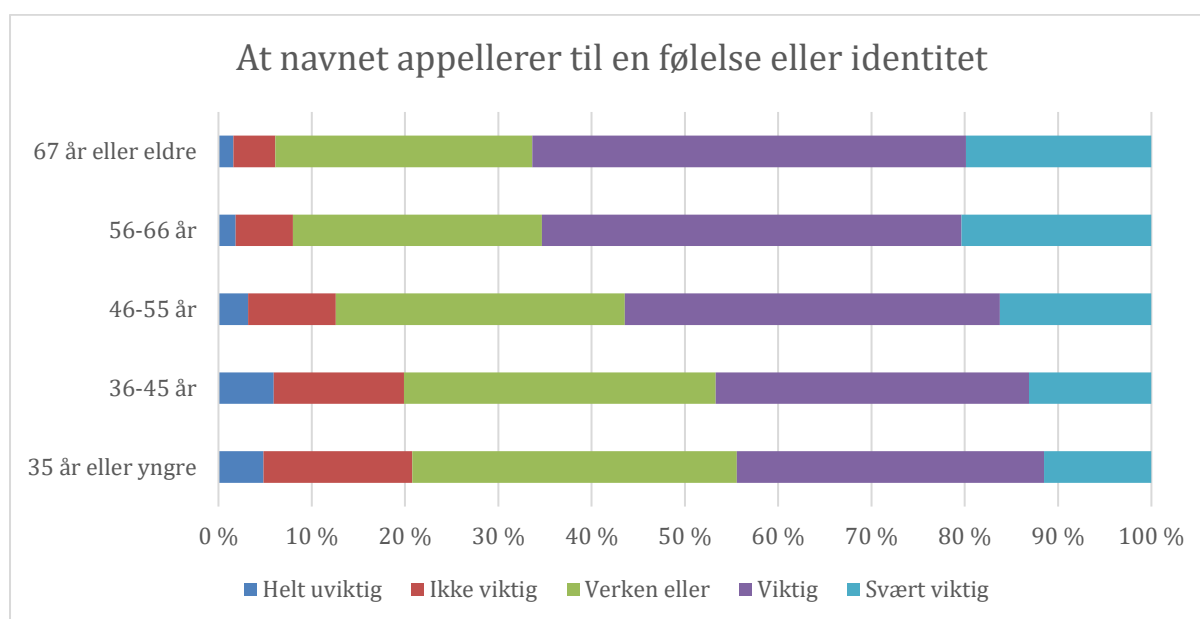
Det samme gjelder det litt mer spesifikke spørsmålet om hvor viktig de mener det er at et eventuelt nytt navn viser tydelig at vi er et fagforbund. 34,8 prosent mener dette er svært viktig, og ytterligere 50,6 prosent mener det er viktig.

Også på spørsmålet om hvor viktig det er at det kommer tydelig fram hvem vi organiserer ser vi den samme tendensen. 30,7 prosent mener dette er svært viktig, og ytterligere 51,8 prosent mener det er viktig.

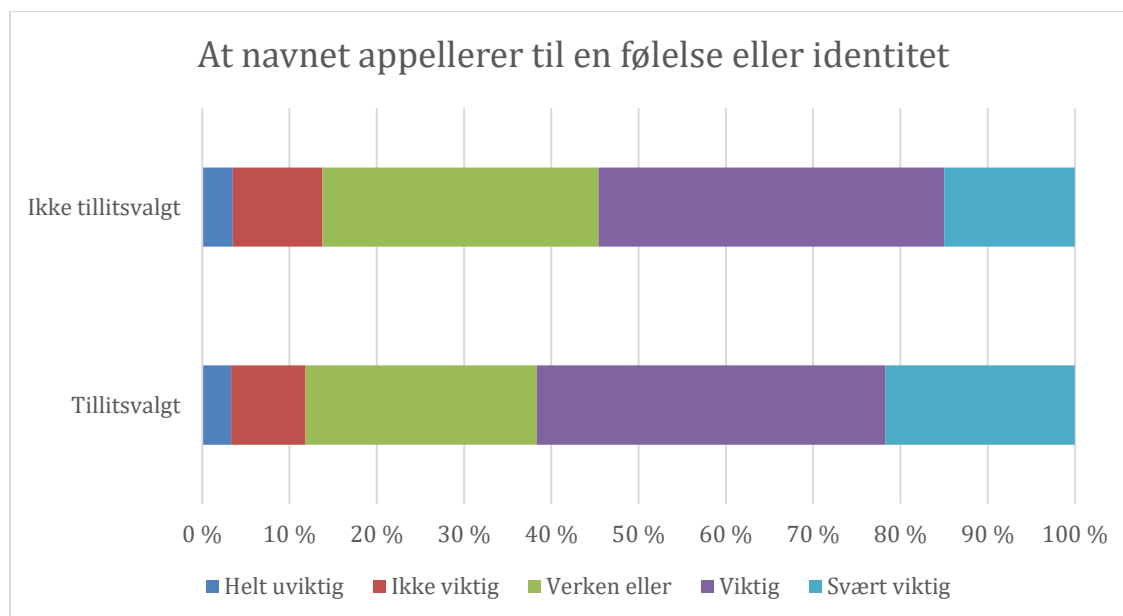
Det er ingen tydelige variasjoner med kjønn, alder eller sektor på disse tre spørsmålene. At disse tre spørsmålene har så like utfall er en indikator på god intern validitet i undersøkelsen og at medlemmene har forstått spørsmålene.

Som nevnt i rammeverksdelen over har mange organisasjoner de siste årene valgt nye navn som refererer til en identitet virksomheten har eller ønsker å ha, eller som skal vekke visse følelser hos den som hører navnet. Vi spurte hvor viktig medlemmene mener det er at navnet appellerer til en følelse eller identitet. Over halvparten mener dette er viktig: 16,2 prosent mener det er svært viktig, og ytterligere 39,1 prosent mener det er viktig.

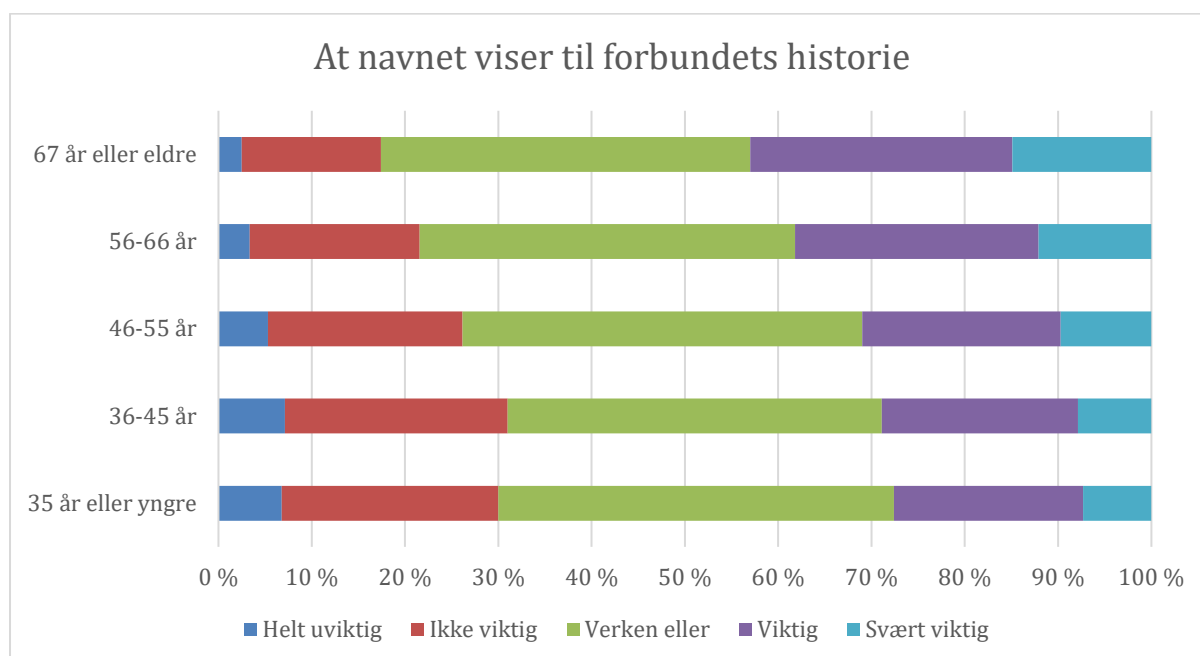
På dette spørsmålet trer det fram en aldersforskjell. De to eldste aldersgruppene vektlegger dette noe sterkere enn de andre, nærmere to tredeler mener det er viktig eller svært viktig, mens under halvparten mener det i de to yngste aldersgruppene.



Tillitsvalgte vektlegger også dette mer enn de som ikke har tillitsverv. 21,5 prosent av de tillitsvalgte mener det er svært viktig at navnet appellerer til en følelse eller identitet, mens kun 14,7 prosent av de som ikke har tillitsverv mener det samme.



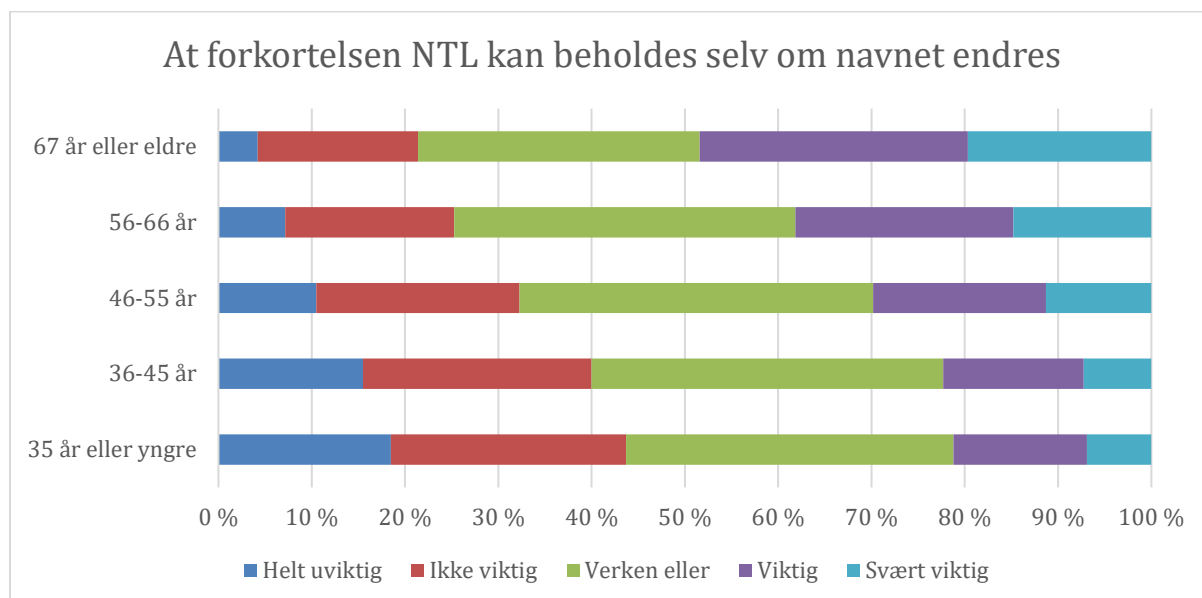
Vi spurte også om hvor viktig medlemmene mener det er at et eventuelt nytt navn viser til forbundets historie. 32,7 prosent mener dette er viktig eller svært viktig, mens 25,2 prosent mener det ikke er viktig, og en stor andel velger den nøytrale midtkategorien. Igjen er det en aldersforskjell. Mens 42,1 prosent i den eldste aldersgruppen vektlegger historien er det under 30 prosent i de to yngste gruppene som gjør det.



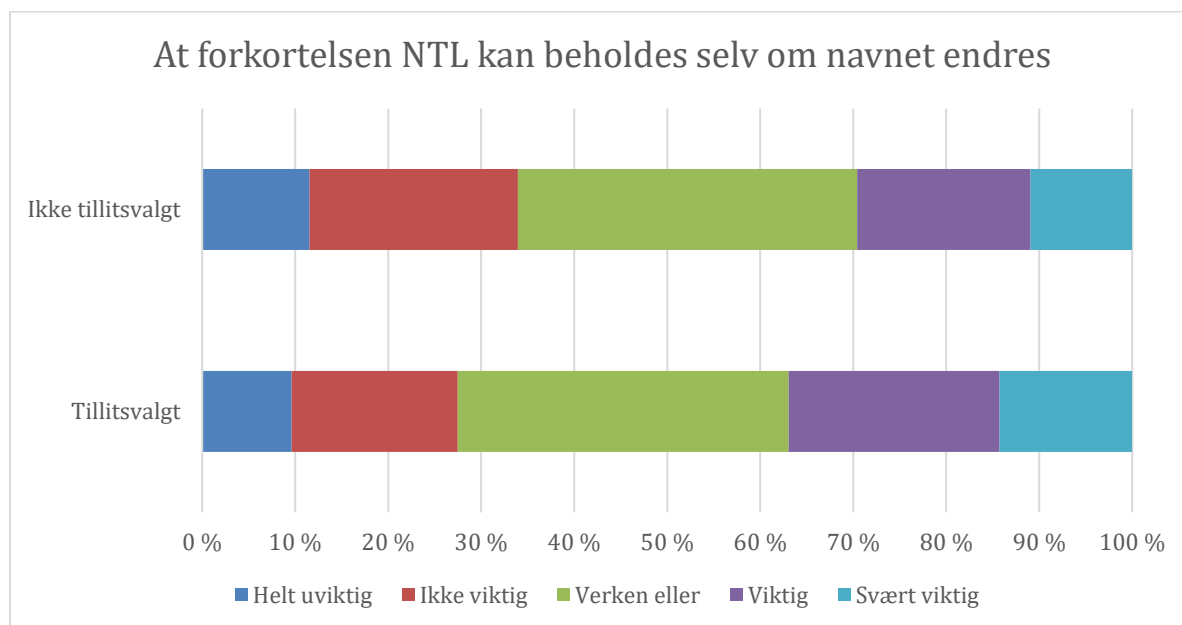
Til slutt spurte vi hvor viktig det er å kunne beholde forkortelsen NTL selv om navnet endres. 30,8 prosent mener dette er viktig eller svært viktig, men her ser vi viktige forskjeller, både aldersmessig og mellom tillitsvalgte og andre. Mens nær halvparten av de over 67 mener dette er viktig eller svært viktig er det bare drøye 20 prosent som mener det i de to yngste

NTLs navn og omdømme - beslutningsgrunnlag

alderskategoriene. I alle alderskategorier er det en stor andel som har valgt den nøytrale midtkategorien.



Tillitsvalgte er også noe mer opptatt av å kunne beholde forkortelsen enn andre. Mens 36,8 prosent av de tillitsvalgte mener det er viktig eller svært viktig å beholde navnet gjelder dette for under 30 prosent av dem som ikke er tillitsvalgte.



Medlemmenes forslag til nytt navn

Undersøkelsen inneholdt et fritekstfelt for forslag til nytt navn. 1381 respondenter benyttet muligheten til å komme med konkrete forslag eller argumentere for en hovedretning i videre

veivalg. Mange argumenterte for et kjønnsnøytralt navn eller et navn som ikke inneholder «Norsk». Mange ville beholde forkortelsen NTL og kom med kreative løsninger på hvordan dette kan gjøres. Mange advarte mot å velge et navn som ville føye seg inn i rekken av latterliggjorte PR-stunt de siste årene og mente at hele prosessen var misbruk av tid. Innspillene tas med videre i arbeidet.

Fokusgruppeintervjuer om organisasjonsidentiteten

Informasjonsavdelingen har i samarbeid med Agenda rådgivning gjennomført en rekke fokusgruppeintervjuer om NTLs navn og identitet. Undersøkelsen tar sikte på å finne ut hvordan forbundet idag oppfattes av tre grupper: Tillitsvalgte, medlemmer og potensielle medlemmer.

Det er en målsetning at deltagerne både skal fortelle hvordan de opplever NTL, hvordan de tror NTL ønsker å bli oppfattet, og hvordan de mener NTL med fordel kan framstå i framtiden. Fafo-rapport 2017:27 Organisasjonsstruktur og fagforeningsarbeid i NTL viste blant annet at NTLs organisasjon er desentralisert og uensartet. Selv om dette rent organisatorisk er villet og kan være gunstig vil det kunne føre til at oppfattelsen av NTLs identitet varierer mye blant medlemmer og tillitsvalgte ulike steder i organisasjonen. Fokusgruppeintervjuene gir oss innblikk i det mangfoldet av oppfatninger som finnes, og komplementerer den kvantitative undersøkelsen med kvalitative beskrivelser av de bekymringene som ligger til grunn for navnedebatten.

Resultater fra fokusgruppeintervjuene vil bli rapportert separat.

Hvordan komme fram til et eventuelt nytt navn?

Besvarelsene fra fritekstfeltet i medlemsundersøkelsen inneholder mange konkrete forslag til nytt navn som man kan la seg inspirere av dersom landsstyret ønsker å foreslå et nytt navn.

Informasjonsavdelingen har også innhentet tilbud fra to eksterne kompetansemiljø som kan tilrettelegge for en kreativ prosess som ender i forslag til nytt navn. Dersom landsstyret ønsker å komme med konkrete forslag til landsmøtet om et nytt navn og ønsker hjelp til å komme opp med forslag kan en gå videre med de tilbudene som foreligger. En eventuell igangsetting av dette arbeidet vil avhenge av signaler fra Landsstyret og vil bli behandlet av forbundsstyret.

En slik prosess vil fungere som følger. Funnene fra fokusgruppeintervjuene vil danne grunnlag for en gjennomgang av forbundets kommuniserte identitet. Blant alle oppfatningene av forbundet som er kommet fram vil vi kunne trekke ut noen som til sammen danner en fortelling om forbundet som er ønskelig å forsterke. Denne fortellingen må være tilstrekkelig lik den identiteten som finnes i organisasjonen til at den ikke virker fremmedgjørende, samtidig som den har sitt fokus på de aspektene ved identiteten som vi ønsker å styrke framover. Fortellingen skal være egnet til å skape et ønsket image av NTL hos mottakeren,

NTLs navn og omdømme - beslutningsgrunnlag

og den skal være enkel å forholde seg til for forbundets medlemmer og tillitsvalgte slik at de kan stå inne for historien og spre den i sine kanaler.

Basert på dette vil informasjonsavdelingen, organisasjonsavdelingen og forbundets ledelse i samarbeid med kompetansemiljøet komme fram til forslag til nytt navn. Forslagene behandles i forbundsstyret og landsstyret i tide til de besluttede organenes forlagsfrister overfor landsmøtet.

Det kan også være aktuelt å sjekke prioriterte forslag juridisk for å avklare konflikter på forhånd.

Litteratur

Simonsen 2009 <https://www.kommunikasjon.no/fagstoff/fagartikler/2009/omdommebygging>
Peggy Brønn og Øyvind Ihlen (2009): Åpen eller innadvendt - Omdømmebygging for organisasjoner. Gyldendal Akademisk.