

Företags uppfattningar om arkivering

**En kvalitativ studie av svenska små och medelstora
företags arkiveringstraditioner och historiesyn**

Hanna Bergholm & Emilia Jacobsson

Examensarbete (30 högskolepoäng) i arkivvetenskap för masterexamen inom ABM-
masterprogrammet vid Lunds universitet.

Handledare: Charlotte Hagström

År: 2016

© Hanna Bergholm & Emilia Jacobsson

Title

Companies perceptions of archival activities: a qualitative study of archival traditions and the view of history in small and medium-sized companies in Sweden.

Abstract

This thesis explores the view of business related and historical records in 22 small and medium-sized companies in Sweden. According to Swedish law, small and medium-sized companies must keep business related records for a certain period of time. The keeping of records of historical value are on the other hand an activity based on free choices and does not answer under any law. The records of small and medium-sized companies can be seen as a part of the Swedish cultural heritage but the companies alone control who gains access to their archives.

This study is based on a qualitative method as the data has been collected through surveys and interviews. The theories used for the analysis are new institutional theory and historical awareness.

The authors conclude that it is mainly the declared rules, such as the Swedish legislation, that dictates the archiving traditions in small and medium-sized companies. The documents that are preserved have been produced and used in connection with work-related activities. We found that what constitutes these companies perception of what an archive is suppose to be is a storage for business-related documents that according to Swedish law or agreements with customers must be preserved. Other material, such as historical documents with a nostalgic value is not actively preserved, it can rather be seen as an aimless process which occur more randomly. History can be used by the companies to form legitimacy and to strengthen both internal and external relationships but no active attempts to preserve historical documents are being made. The study shows that the company history is preserved through oral traditions rather than materialised and put in archives. The companies do not consider their archives to be of any use or value to anyone outside the company. Their documents are filed only for the benefit of the business and are not preserved with any purpose to enable the outside world to take part of it.

Master's thesis

Keywords

Small and medium-sized companies, archiving, business archives, business history, corporate archives, archival activities, historical awareness, new institutional theory, qualitative method.

Tack!

Vi vill rikta ett stort tack till de informanter som deltagit i vår undersökning.

Vi vill även tacka de representanter från Centrum för Näringslivshistoria och Skånes Näringslivsarkiv som gett oss värdefull information.

Slutligen: ett varmt tack till vår handledare Charlotte Hagström som varit ett stort stöd för oss genom hela arbetet.

Innehållsförteckning

1 Inledning	6
1.1 Bakgrund.....	7
1.1.1 Bevarandet av företagsarkiven genom historien.....	7
1.1.2 Företagens hantering av information.....	9
1.2 Forskningsproblem.....	10
1.2.1 Syfte.....	11
1.2.2 Frågeställning.....	11
1.2.3 Avgränsningar.....	12
1.2.4 Definitioner av lagar och begrepp.....	12
2 Litteraturgenomgång	15
2.1 Litteratur om företagsarkiv.....	15
2.2 Tidigare forskning.....	19
2.2.1 Tidigare forskning på högskole- och universitetsnivå.....	19
2.2.2 Bevarande av företagsarkiv samt hantering och användning av handlingarna.....	21
3 Teoretiska perspektiv	25
3.1 Nyinstitutionell teori.....	25
3.1.1 Nyinstitutionell teori - en kort bakgrund.....	25
3.1.2 Begreppen legitimitet och isomorfism.....	27
3.2 Historiemedvetande.....	28
3.2.1 Historiedidaktik - en kort bakgrund.....	28
3.2.2 Historiemedvetande.....	28
3.3 Om valet av teorier samt hur de skall kombineras.....	29
4 Metodbeskrivning	31
4.1 Metodval.....	31
4.1.1 Utformande av enkäter och intervjufrågor.....	31
4.1.2 Metodbyte.....	32
4.1.3 Urval och genomförande.....	33
4.1.4 Materialinsamling.....	34
4.1.5 Hur materialet har analyserats.....	35
4.1.6 Forskningsetiska frågor.....	36
5 Presentation av resultat	37
5.1 Allmänt om företagen och informanterna.....	37
5.2 Arkivering.....	38
5.2.1 Digitala handlingar.....	39
5.2.2 Arkivinstitution eller egna lokaler?.....	40
5.2.3 För vem arkiverar företaget?.....	40
5.2.4 Förändrad attityd.....	40
5.2.5 Gallring.....	41
5.2.6 Uttalade regler och traditioner kring arkivering.....	41
5.2.7 Arkivering - något som diskuteras med andra företag?.....	42
5.2.8 Köp av arkivtjänster.....	42
5.2.9 Omvärldens påverkan.....	43
5.3 Icke arkivering.....	44
5.4 Företagens syn på sin historia.....	44
5.4.1 Samtal om företagets historia på arbetsplatsen.....	45
5.4.2 Användandet av historia i marknadsföring.....	46
5.4.3 Historia skapar legitimitet.....	46

6	Analys av resultat	48
6.1	Företagens uppfattningar om arkivering	49
6.1.1	Uttalade och outtalade regler styr arkivering och bevaring	51
6.1.2	Isomorfism	52
6.1.3	Legitimitet genom förändring	54
6.2	Historiemedvetande	55
6.2.1	Historiemedvetande, historiekultur och historiebruk	55
6.2.2	Historia i marknadsföring	56
6.2.3	Vad betyder ålder för företagen?	57
6.2.4	Legitimitet genom historia	58
6.2.5	Historien - en del av företagens immateriella kulturarv	59
7	Sammanfattning.....	60
7.1	Sammanfattning av studiens resultat	60
7.1.1	Hur och varför bevarar eller arkiverar företag sina handlingar?	60
7.1.2	Uppvisar företagen några likheter gällande bevarande och arkivering?... ..	61
7.1.3	Vilka uttalade och outtalade regler styr företagens sätt att hantera sin information?	61
7.1.4	Använder sig företagen av sin historia i sin dagliga verksamhet?	61
7.2	Diskussion.....	62
7.3	Fortsatt forskning	63
8	Källförteckning	65
8.1	Enkäter och intervjuer.....	70
	Bilaga 1: Enkät.....	71
	Bilaga 2: Intervjufrågor	74
	Bilaga 3: Arbetsfördelning.....	76

1 Inledning

”Det ligger i företagets natur att ständigt blicka framåt, inte bakåt” (Schug, 2010, s. 12).

Idag talas det både i Sverige och utomlands mycket om vikten av att bevara, tillgängliggöra samt levandegöra sin historia. I Sveriges arkivlag (1990:782) lyfts bevarandet av det nationella kulturarvet fram, vilket även inkluderar näringslivets dokument. Det här är dock inte tvingande för den privata sektorn och företagsarkiven är således fria att till stor del själva bestämma kring sina arkiv och vem som skall få tillgång till handlingarna. Lagkraven för företagen är ekonomiskt baserade och yttrar sig i bland annat bokföringslag, skattelagstiftning och köplag (Ulfsparré 2002, s. 11). Om företagen väljer att arkivera övriga handlingar som inte har någon direkt innebörd för affärsverksamheten, så som handlingar av ett nostalgiskt värde, är något de själva avgör.

Sveriges företag och organisationer producerar årligen mängder av handlingar. Ingen annan samhällssektor ger upphov till så stora arkivmassor och det är upp till arkivbildarna själva att ansvara för sina handlingar. Företag kan ha sina arkiv i de egna lokalerna men de kan även välja att hyra en plats på en arkivinstitution samt att köpa tjänster från en arkivarie som hjälper till att iordningsställa det material som skall arkiveras. Huruvida företagen väljer att köpa sådana tjänster eller inte styrs naturligtvis till stor del av de ekonomiska förutsättningar som finns (Raab 2002, s. 23). Ytterligare en faktor som kan påverka om företag arkiverar något utöver det som är lagstadgat är att arkiven tenderar att ha en undanskymd roll i samhället och att många kanske inte vet vilka resurser arkivinstitutionerna har att erbjuda (Åström Iko 2003, s. 18).

Nyare, utländska, studier visar att företag fått en ökad medvetenhet om att bevara sin historia och att de börjar inse nyttan av att använda sina arkiv i samband med event, jubileer eller marknadsföring (Lasewicz 2015, s. 74). Att bygga verksamheten och kommunikationen kring företagets egen historia, så kallad *history marketing*, är en vanlig metod i övriga Europa, USA, Latinamerika samt i Asien och har på senare år även börjat få genomslag i Sverige. Men för att en sådan metod skall lyckas krävs fungerande företagsarkiv (Schug 2010, s. 12).

Det svenska näringslivet domineras av små och medelstora företag (Ulfsparré 2002, s. 13) som alla har sin egen bakgrund och sina egna berättelser. Olika handböcker som uppmanar företag att arkivera, och dessutom göra det på ”rätt” sätt, har genom åren getts ut som ett led i att utbilda företagen. Men studier av hur företag faktiskt ser på sin historia samt på arkiv och arkivering är dock ett tämligen outforskat fält inom svensk arkivvetenskap. Vi kommer därför ägna den här uppsatsen åt att skapa en bild av hur små och medelstora företag ser på sina handlingar och hur de använder sig av sin historia. Med hjälp av kvalitativa enkäter och intervjuer med sammanlagt 22 små och medelstora företag i Sverige kommer vi att samla in material om deras arkivering och även kring deras historiesyn. Materialet kommer sedan analyseras utifrån nyinstitutionell teori och ett begrepp kallat historiemedvetenhet.

1.1 Bakgrund

Den här uppsatsen är skriven inom ramen för masterprogrammet för ABM, förkortning för inriktningarna arkivvetenskap, biblioteks- och informationsvetenskap samt museologi, vid Lunds Universitet. Under ABM-programmets tredje termin praktiserade vi båda på olika arkivinstitutioner som förvaltar företagsarkiv. I samband med praktiken var vi med om att företag av olika anledningar, som till exempel att de ville ha rådgivning angående sina handlingar, tog kontakt med arkiven och det var då idén till denna uppsats kom till. Ytterligare en bidragande faktor till valet av vårt uppsatsämne har varit att det i samhället tycks råda en allmän okunskap gällande arkiv. Detta problem har vi blivit uppmärksammade på genom hela vår utbildning, både i samband med att vi läst kurslitteratur och träffat arkivarier på olika arkivinstitutioner. Om man ser till hela ABM-sektorn så har arkiven ofta fått stå i skuggan av bibliotek och museer, något som kan ha bidragit till att skapa en diffus bild av vad ett arkiv verkligen innebär. Vi började fundera på om även företagen hade en liknande bild som allmänheten.

1.1.1 Bevarandet av företagsarkiven genom historien

Forskning inom företagsarkiv har främst bedrivits inom det ekonomihistoriska fältet (Gidlöf 1987, s. 109). Därför tar vi avstamp för vår redogörelse av bevarandet av företagsarkivens historia i 1930-talet då intresset för företagets roll i Sveriges ekonomiska utveckling väcktes på allvar. Då genomförde Eli Heckscher, professor i ekonomisk historia, en enkätundersökning av svenska företagsarkiv med syfte att undersöka källmaterialet till ekonomihistoriska forskningsområden. Från 1930-talet fram till 1960-talet så genomfördes en rad inventeringar av enskilda arkiv där även företagsarkiven ingick. 1956 tillsattes Kommissionen för riksinventering av de enskilda arkiven, vilken år 1958 påbörjade sitt arbete med att kartlägga arkiven (Raab 2002, ss. 18-19). Kommissionens verksamhet övertogs av Riksarkivet i slutet av 1960-talet då dess arbete med att bygga upp Nationalregistret över enskilda arkiv påbörjades. Detta register bildade senare grunden till den Nationella arkivdatabasen (NAD). Under 1960-talet skedde ett stort antal strukturomvandlingar inom svenskt näringsliv som resulterade i att många företag lades ned. Detta ledde bland annat till att inventeringar av arkiv efter företag som varslat om nedläggning eller driftinskränkning genomfördes, något som visade nedslående resultat i form av att arkiv efter nedlagda företag inte omhändertogs ordentligt, var svåra att hitta eller till och med hade gått förlorade (Raab 2002, ss. 18-19).

Under den senare delen av 1900-talet bidrog dessutom den ökade globaliseringen till ytterligare problem kring att bevara företagsarkiv. Problemen yttrade sig bland annat i att företag flyttade utomlands och därmed också flyttade från sitt ursprung (Raab 2002, ss. 18-19). Globaliseringen medförde även att företag av alla storlekar måste konkurrera sida vid sida både regionalt och globalt eftersom marknaden blivit mer sammankopplad, en trend som växer sig allt starkare idag. Även om företag väljer att förbli regionala så finns det ändå en risk för att de behöver konkurrera med internationella företag vilka kan komma att slå sig ned på samma plats. Små och medelstora företag måste därför utveckla strategier för att kunna konkurrera med nationella rivaler, som ofta utgörs av betydligt större företag (Etemad 2004, s. 1). Det händer också att större internationella företag köper upp mindre lokala företag. Det

här kan få konsekvenser för det mindre företags arkivhandlingar i form av att den nya ägaren inte förstår vilket värde det lilla företags historia har för det lokala samhället (Deserno 2009, s. 216).

Från 1970-talet och framåt har en rad lokala och regionala näringslivsarkiv växt fram runt om i Sverige med fokus på att bevara företagsarkiv. Först ut bland de regionala näringslivsarkiven var Föreningen Värmlandsarkiv, som bildades 1970, följt av bland andra Föreningen Stockholms Företagsminnen (som senare bytte namn till Centrum för Näringslivshistoria), Örebro läns Företagsarkiv, Kopparbergs länsarkiv, Näringslivsarkiv i Norrland – NIN, Företagsarkivet i Westerbotten och Skånes Näringslivsarkiv (Raab 2002, ss. 18-19). Bristen på en långsiktig plan för bevarandet av näringslivets arkivhandlingar gjorde att organisationerna Sveriges Industriförbund och Svenska Arbetsgivareföreningen gemensamt skickade en skrivelse år 1977 till Utbildningsdepartementet med en begäran om en utredning kring denna situation. Detta var något som sedan ledde till att Riksarkivet gav ut boken *Att bevara företagsarkiv: betänkande* år 1984. Där framfördes två förslag som möjliga lösningar på problemet: det första förslaget var att filialer skulle upprättas på geografiskt lämpliga platser med en huvuddepå och att samordnande sekretariat skulle ansvara för det övergripande bevarandeperspektivet. Ansvar för organisationen av filialerna skulle ligga på en stiftelse finansierad av näringslivet, staten och kommunerna. Det andra förslaget var att upprätta självstyrda regionala näringslivsarkiv med Riksarkivet och Näringslivsarkivets arkivråd som hjälpare, men som skulle finansieras av det lokala näringslivet och kommunerna (Riksarkivet 1984). Dessvärre genomfördes inget av förslagen och bristerna kvarstod. Ytterligare statliga utredningar genomfördes under 1980-talet, där alla uppgav att näringslivsarkiven behövde ekonomisk stöd av staten, men inget beslut fattades och situationen fick istället växa fram organiskt där regionala näringslivsarkiv finansierades av näringslivet och kommunerna (Lundberg 2010, ss. 8-9).

Trots att det bildats flera arkivinstitutioner som koncentrerat sin verksamhet på företagsarkiv fanns det under början av 1990-talet ett stort behov av en kraftanstängning för att förbättra företagsarkivens situation och därför inledde Riksarkivet år 1994 en offensiv som kallades "Rädda företagsarkiven". Tillsammans med företrädare för den akademiska forskningen deklarerades att näringslivet i nära samverkan med Riksarkivet skulle ta initiativ för att stimulera räddningsinsatser för hotade företagsarkiv. Riksarkivet hade inför denna offensiv förberett sig genom att bland annat samla representanter och hålla en konferens kallad "Företagen och deras arkiv". I samband med konferensen konstaterades det att en satsning på de svenska företagsarkiven var något som måste ske på lång sikt genom att bearbeta attityder och slå fast nyttan av att ha företagsarkiv, inte minst hos näringslivet självt. Man beslutade även att den uppbyggnad av olika arkivdepåer som skulle ske för näringslivet skulle bedrivas enligt en regional modell med i första hand länet som upptagningsområde (Raab 2002, s. 22).

Det finns tre grupper som kan ha intresse av företagsarkiv: företagen själva, forskningen och samhället (1999, s. 76). Företagen kan utnyttja sina arkiv för att utvecklas, för att forma sin identitet och till bevisföring (Ulfsparré 2002, s. 12). Forskningen behöver bevarade företagsarkiv för att kunna skapa en uppfattning av näringslivets utveckling och stagnering, och för samhället är företagens liv en del av

den lokala historien (Gidlöf 1987, s. 109). Daniel Bergström (1999) betonar att källor av material utformas och värderas på olikartade sätt beroende på ett flertal faktorer. Exempelvis påverkar vilket uppdrag den potentiella berörda arkivinstitutionen har, vem som finansierar bevarandet och att företagsarkiv ofta är privat konstruerade av egenintresse av verksamheten eller av en privatperson. De olika kraftansträngningar som skedde under tidigt 1990-tal tycks dock inte ha lett till någon större förändring. 15 år senare var situationen mycket den samma och forskningen kring företagsarkiv var fortfarande begränsad (Bergström 1999, s. 75).

1.1.2 Företagens hantering av information

Läget såsom det sett ut från millennieskiftet och framåt talar om att företagsarkiven fortfarande lever ett farligt liv och att det krävs ett ständigt arbete från arkivariernas sida för att marknadsföra nyttan av arkiven. Erin Lawrimore diskuterar arkiv och arkivariers roll i organisationer i sin artikel *Mission Critical: Effective Internal Advocacy for Your Archives* (2014). Lawrimore menar att det kan vara svårt för företagsarkivet och dess potentiella arkivarie att hävda sig gentemot de övriga verksamheterna inom en organisation. Det måste läggas fram bevis för den inverkan ett välorganiserat arkiv kan ha för hela organisationen. Även om arkivet inte innehåller så kallade ”unika handlingar” utan bara ”vanliga handlingar” som rör verksamheten är arkivet ändå en väsentlig del av helheten som är värt att lägga en del av en budget på. Anledningen till att Lawrimore tar upp termen ”unika handlingar” är att många arkiv försöker hävda sig gentemot andra arkiv och organisationer genom att lyfta fram att de innehåller något speciellt, vilket Lawrimore anser vara fel eftersom arkivsektorn borde se sig som en helhet där alla arkiv är viktiga – även företagsarkiv som oftast riktar sig till den ”lilla” människan. Alla är de en del av samhället och ingår i dess kulturarv (Lawrimore 2014, ss. 7-8, 15).

Något som till stor del påverkar företags arkivering är deras syn på den information de skapar. Gunilla Widén-Wulff, som är informationsförvaltare, diskuterar i sin avhandling *Informationskulturen som drivkraft i företagsorganisation: en kvalitativ studie i finländska försäkringsbolag* (2001) företags och organisationers syn på den egna informationen samt nyttjandet av den. I avhandlingen diskuteras även hur företagen använder information inom sitt verksamhetsområde och i konkurrenssammanhang. Alla företag bearbetar information oavsett vad de arbetar med, men beroende på vilket verksamhetsområde de tillhör är olika information relevant. Widén-Wulff menar att ett företags informationsanvändning påverkas av flera faktorer: hur företagskulturen ser ut, det vill säga hur de olika individerna inom ett företag värderar information och vad för personligheter företagsledarna har. Andra faktorer är vilka oskrivna och omedvetna beteenden som råder inom företagskulturen gentemot de beteenden som är bestämda och officiella. Ett företags livscykel och den rådande situation företaget befinner sig i påverkar också användandet och hanteringen av information. Ett företag i tillväxtfas är informationsmedvetet och har stor insikt i hur produktion och marknad ser ut medan företag som kommit in i en mognadsfas är mer informationskonstant. Den miljö och nationella kultur företaget verkar i har också en inverkan på informationsanvändningen (Widén-Wulff 2001, ss. 109-110).

Många företag saknar dock en egen arkivarie eller personal med arkivarieutbildning, något som i kombination med dålig marknadsföring, samt att punktinsatser som

exempelvis olika utbildningstillfällen inte uppnått önskat resultat, innebär en tydlig problematik i form av bristande kunskaper om arkiv och långtidsbevaring. I början av 2000-talet ansågs just utbildning av företagets personal vara en lösning på denna problematik (Ulfsparré 2002, s. 12). Idag tycks dock utvecklingen allt mer gå mot att arkiven istället säljer sina tjänster till företagen – en lösning som garanterar att materialet arkiveras på ett professionellt sätt och bevaras i godkända och säkra lokaler (Schug 2010, ss. 122, 130).

1.2 Forskningsproblem

Det har gjorts flera ansatser under de senaste åren för att få kontroll över Sveriges företagsarkiv och för att skapa arkivinstitutioner åt dem. Företag är enligt lag bundna till att arkivera vissa handlingar vilket leder till att de måste utarbeta metoder och strategier för ordning och bevaring av dessa. De lagbundna handlingarna hanteras utifrån en strukturerad logik och en utarbetad procedur – arbetsmetoder som inte tillämpas på övriga handlingar (Kjölstad 1999, s. 8). Som tidigare nämnts finns det flera faktorer som problematiserar bevarandet av företagsarkiv: okunskap om vad arkiv och arkivering är, brist på de fysiska och ekonomiska resurser som krävs och helt enkelt att det råder ett ointresse för arkivering hos många företag. Bevarandet av företagsarkiv handlar om, och styrs av, företagets inställning till sina handlingar, tanken bakom bevarandet och deras förhållning till att dela med sig av sin historia (Bergström 1999, s. 76). Många företag ser bevarande som slöseri med resurser medan andra företag ser den information de skapar som kunskap vilken värderas som en ytterst viktig resurs i företagets verksamhet (Widén-Wulff 2001, ss. 1-2).

Det som främst utgör forskningsbara problem gällande företagsarkiv både idag och i framtiden är inte företagets ovilja till att låta utomstående ta del av deras arkiv. Det är snarare så att tanken på att någon annan kan vara intresserad av företagets handlingar som inte existerar bland företagen, vilket leder till att mycket av deras material kasseras (Bergström 1999, s.77). Arkiv tillhörande de större företagen, som exempelvis ICA och Arla Foods, får stå som lyckade exempel när det talas om nyttan av att bevara sitt företags historia med hjälp av ett välskött arkiv (Schug 2010, ss. 78-83, 108-114). De mindre företagen tycks dock hamna i skymundan. Det finns heller inte så mycket skrivet om dem angående arkivering vilket är skälet att vi i denna studie valt att fokusera på just små och medelstora företag.

Företagen är en vital del av vårt samhälle. De är platser där stora delar av befolkningen tjänar sitt levebröd och spenderar en stor del av sina liv. När ett företags handlingar försvinner så försvinner också bevisen för deras aktiviteter och agerande. Företags handlingar kan berätta mycket mer än om bara företagets funktion. De berättar om människorna som utgör företaget, deras berättelser och upplevelser av händelser samt hur omgivningen påverkar deras utveckling eller förfall (Trace 2002, s. 152; Aronsson 2004, ss. 13-104). Vad betyder det om ett företag inte anser att det de gör är värdefullt att bevara? Vad eller vem/vilka avgör vilken historia som skall bevaras? Svaret i detta fall är att det är företagarna själva som bestämmer vad vi skall minnas i framtiden, utan egentligt stöd av stat eller kommun. Om alla små och medelstora företags arkiv försvinner så försvinner även en del av samhällets lokalhistoria och därmed en väsentlig del av vårt kulturarv (Lawrimore 2014, s. 15).

I det informationssamhälle vi lever i idag, där det råder kunskapskrav och krav på öppenhet från allmänheten, är det av vikt att företagen får en förståelse för vad de kan tjäna på att bevara sina handlingar (Shkolnik 1990). Ansvar för bevarandet av företagsarkiv läggs på företagen själva – men forskning om deras perspektiv på bevarande och arkivering är begränsad. Det bör dock tilläggas att *användarna* samt själva *användandet av handlingar* idag är ämnen inom arkivvetenskapen som det börjar forskas allt mer om (Borglund & Öberg 2008). Vi har dock under vår insamling av källmaterial haft svårt att hitta ny, publicerad, forskning som utgår från arkivbildarnas perspektiv på långtidsbevarande. Merparten av den litteratur angående ämnet *företagsarkiv* som vi tagit del av är ofta föråldrad och skriven utifrån ett arkivperspektiv, som exempelvis i form av handböcker om hur företag skall arkivera, men företagsperspektivet är något som saknas. Vi har också upplevt att det saknas en kommunikation och relation mellan företag och arkivinstitutioner, vilket kan medföra att det även saknas förståelse för den andra partens perspektiv på arkivering. Detta påvisar att det finns argument för att ny forskning kring företagsarkiv behövs.

1.2.1 Syfte

Studiens syfte är att skapa en förståelse för hur företag tänker kring sitt arkivmaterial och kring sin historia.

En sådan förståelse ämnar vi skapa genom att be ett antal slumpmässigt utvalda små och medelstora företag i Sverige att svara på frågor rörande arkivering och historiebok. Vi anser att det i nuläget saknas sådan, mer övergripande, forskning inom det arkivvetenskapliga fältet i Sverige. Denna studie kan ge både arkivsektorn och samhället en möjlighet till en större förståelse för företagets situation och agerande. Det här är något som i sin tur kan ge arkivsektorn förutsättningar att stödja företagen i deras arkiveringsprocess.

1.2.2 Frågeställning

För att vårt syfte skall uppnås har vi för avsikt att i denna uppsats besvara följande tre frågeställningar:

- Hur och varför bevarar eller arkiverar företag sina handlingar? Uppvisar företagen några likheter gällande bevarande och arkivering och vad beror i så fall dessa likheter på?
- Vilka uttalade och outtalade regler styr deras agerande?
- Använder sig företagen av sin historia i sin dagliga verksamhet? Uppvisar företagen några likheter gällande användandet av sin historia?

Att veta vad och hur företag arkiverar idag ökar förståelsen för hur utomstående, som exempelvis arkivinstitutioner, kan stödja företagen i framtida arkiveringsprocesser. För att identifiera vilka uttalade regler som styr företagets agerande behöver vi även lyfta fram de uttalade regler som finns samt undersöka företagets relation till dessa. Att se hur företagen använder sig av sin historia i verksamheten kan skapa en förståelse för deras ambition eller icke ambition gällande bevarandet av historiska handlingar.

1.2.3 Avgränsningar

Vi har i sökandet efter lämpliga informanter utgått från EU-kommissionens rekommendation gällande definitionen av små och medelstora företag. Enligt rekommendationen, vilken trädde i kraft den 1 januari 2005, sysselsätter små och medelstora företag minst 10 och som mest 250 personer och har en årsomsättning som inte överstiger 50 miljoner euro samt en balansslutning som inte överstiger 43 miljoner euro per år (Europeiska kommissionens rekommendation 2003; Tillväxtverket 2016).

Ytterligare en avgränsning som styrkt vårt urval är att vi valt företag från den privata sektorn (det vill säga företag som inte tillhör stat, kommun eller landsting) och som drivs av ett rent vinstsyfte. Denna studie omfattar företag från hela Sverige då vi vill undersöka hur situationen ser ut oavsett geografisk placering. De företag vi kontaktat har vi hittat via hemsidan www.allabolag.se som innehar den senast uppdaterade företagsinformationen från Bolagsverket, Skatteverket, Statistiska Centralbyrån (SCB) och Upplysningscentralen (UC) (Allabolag.se 2016). Hur vi valt ut företagen som vi ombett medverka i vår studie återkommer vi till i metodavsnittet.

1.2.4 Definitioner av lagar och begrepp

Då en del av vår frågeställning syftar till att undersöka vilka uttalade regler som styr företagets arkivering så kommer vi i följande stycke att redogöra för några av dessa. Vi kommer även kort att redogöra för övriga begrepp som är vanligt förekommande i uppsatsen.

Aktiebolagslagen

Företagen som undersökts i vår studie är aktiebolag och omfattas således av aktiebolagslagen. Denna innehåller krav på dokumentation av bland annat stiftelseurkund, bolagsordning, aktiebok, bolagsstämmo- och styrelseprotokoll, revisionsberättelse och årsredovisning (Aktiebolagslag 2005:551; Appelquist 2012, s. 21).

Arkivering och bevarande

Arkivera och bevara är två ord som kan uppfattas som starkt kopplade till varandra och som ofta används synonymt eller i ett sammanhang. I samband med att vi i vår studie genomfört enkätundersökningar och intervjuer med olika företag så har vi dock låtit begreppen arkivering och bevarande stå för två olika innebörder. Anledningen till detta är att företagen skall kunna svara på våra frågor även om de inte aktivt arkiverar något. Vi gjorde även en sådan avgränsning för att informanterna skulle kunna berätta om de faktiskt sparar något som kan vara av framtida intresse och som därmed skulle kunna hamna i ett arkiv framöver. Med *arkivering* avser vi att företaget enligt bestämda regler sorterat, organiserat och gjort sitt material sökbart, antingen självständigt eller med hjälp av en arkivarie (Nationalencyklopedin 2016a). Det arkiverade materialet förvaras i företagets egna lokaler eller på en arkivinstitution och kommer finnas tillgängligt i framtiden för företaget själva och eventuellt för utomstående såsom forskare. Med begreppet *bevarande* avser vi att företaget, under en viss tid framöver, medvetet valt att spara material för att vidmakthålla något (Nationalencyklopedin 2016b). Vi menar att de kan bevara utan några strikta regleringar gällande vad som sparas eller hur det skall gå till. Man har helt enkelt valt

att bevara något för att det är intressant, av sentimentala skäl eller för att det behövs vid ett senare tillfälle.

Arkivhandling

En arkivhandling är information som kan avlyssnas, läsas eller på annat sätt uppfattas med tekniska hjälpmedel (Gränström, Lundquist & Fredriksson 2008, s. 31) och som är skapad, mottagen och upprätthållen av arkivbildaren. Denna information kan ses som bevis och/eller som en tillgång som används i samband med att organisationen vidmakthåller lagliga förpliktelser eller i samband med olika affärsuppgörelser (Ketelaar 2014, s. 131). Andra informationskällor, exempelvis fotografier och föremål, som kan användas som bevis eller för studier definieras också som handlingar (Buckland 1997, s. 805).

Arkivlagen

Den lag som anger de grundläggande bestämmelserna för hur svenska myndigheter, och vissa andra organs arkiv, samt hur arkivmyndigheterna och statliga och kommunala beslutande församlingar skall sköta sina arkiv. Det är alltså inte en lag som enskilda arkiv eller privata sektorn behöver följa, men som kan finnas som stöd gällande exempelvis förteckning eller arkivvård. Den kan även fungera som ett argument till att näringslivets dokument bör bevaras då de kan ses som en del av Sveriges kulturarv (Arkivlag 1990:782).

Bokföringslagen

Bokföring är en kronologisk och systematisk redovisning av ekonomiska förhållanden. I Sverige skall räkenskapsinformation bevaras i minst sju år. Den skall vara i läsbar form, i ordnat överskådligt skick samt bevaras så att den är lättåtkomlig (Bokföringslag 1999:1078).

Bolag definieras som ett avtal mellan ett antal fysiska och/eller juridiska personer om samverkan för ett gemensamt ändamål, och de är sedan på ett eller annat sätt förpliktigade att verka för det gemensamma ändamålet (Nationalencyklopedin 2016c).

Dokumenthantering innebär hanteringen och användandet av ett dokument under hela dess livstid, från dess tillkomst till den tidpunkt då det antingen arkiveras eller gallras (ISO 15489-1:2016).

Företag som begrepp definieras som en organisation där mänskliga och materiella resurser samordnas för produktion av varor och tjänster (Bunte & Jörnmark 2016). Företag är en typ av organisation och vanligt är att skilja mellan multinationella företag och lokala företag eller mellan serviceföretag och tillverkande industriföretag (Jönsson, Persson och Sahlin 2011, s. 81). Vi gör dock inte skillnad mellan olika företag då vårt syfte inte är att undersöka hur de skiljer sig åt.

ISO-certifiering

I samband med våra intervjuer nämnde ett flertal informanter att ISO-certifiering är en uttalad regel som styr deras traditioner gällande informationshantering. ISO står för International Organization for Standardization. ISO, grundat 1946, är en självständig och icke-statlig internationell organisation med 161 medlemmar

bestående av standardiseringsorgan från hela världen. Tanken är att medlemmarna skall föra samman expertis, dela kunskap och utveckla för marknaden relevanta standarder vilka stöttar innovation och tillhandahåller lösningar på globala utmaningar. ISO har sedan starten publicerat mer än 19000 internationella standarder som täcker de flesta aspekter tillhörande teknik och tillverkning. ISO försäkrar att produkter och tjänster är säkra, pålitliga och håller hög kvalitet. För företag innebär en ISO-certifiering ett strategiskt verktyg som hjälper till att minska felaktigheter och öka produktiviteten. ISO innebär också en fördel för företag gällande att få tillgång till nya marknader både nationellt och globalt (ISO 2016).

Institution

I denna uppsats tolkar vi de valda företagen som institutioner. Institution kan definieras som en inrättning eller anläggning för att fylla en särskild uppgift. Den är förordnande, upprättande och kan även förstås som undervisande eller uppfostrande. Institutioner kan också skapas för att upprätthålla en viss ordning och de kan därför betraktas som ramar för olika beteenden vilka påverkar människor att på förhand följa givna riktningar – som exempelvis en skola (Jönsson, Persson & Sahlin 2011, s. 11). Institution är således en plats där det finns organiserade och etablerade procedurer som kommer att representera en social ordning, alternativt ett mönster, vilka uppnår en speciell status eller egenskap. När institutionen uppnått denna status eller egenskap uppstår institutionalisering. I en mer sentida definition av institutionsbegreppet betonas de förgivettagna handlingsmönster som växt fram mellan olika människor och som också blir det som bygger upp det normativa system som överförs mellan generationer (Eriksson-Zetterquist 2009, ss. 13-16). Vi kommer senare att använda oss av institutionsbegreppet i vårt teoriavsnitt där nyinstitutionell teori ingår.

Organisation kan ha två betydelser: dels kan en organisation innebära en planmässig samverkan mellan individer och grupper med gemensamma intressen – det vill säga en mer konkret betydelse. En annan, mer allmän betydelse, avser ett företags eller en förvaltnings uppläggning av verksamheten (Nationalencyklopedin 2016d). Det är vanligt att skilja mellan olika typer av organisationer, så som företag, myndigheter, frivilligorganisationer eller föreningar (Jönsson, Persson & Sahlin 2011, s. 81). Vi lägger i vår studie ingen större vikt vid detta begrepp men vi anser det ändå nödvändigt att definiera det närmare med anledning av att vi i litteraturgenomgången hänvisar till forskning om både företag och övriga organisationer. Vi använder oss även av det i teoridelen när vi diskuterar nyinstitutionell teori där begreppet är vanligt förekommande.

Till *övriga lagar eller regler* om preskriptionstider som påverkar företagets arkiv hör bland annat preskriptionslagen, köplagen, konsumentlagen, lagen om skuldebrev, checklagen, konkurslagen, lagen om försäkringsavtal, varumärkeslagen, semesterlagen och lagen om arbetsskadeförsäkringar (Appelquist 2012, s. 21).

2 Litteraturgenomgång

Den litteratur om företagsarkiv som vi har utgått från har både varit utländsk litteratur och svenska titlar som kan liknas vid handböcker i arkivering riktad mot företagare. I den här delen presenterar vi först mer allmän litteratur om företagsarkiv för att sedan gå över till att presentera tidigare forskning kring ämnet.

2.1 Litteratur om företagsarkiv

I mitten av 1970-talet gavs Anna Christina Meurlings *Arkivhandboken - Arkivbildning och hantering av skriftlig dokumentation i små och stora företag* (1977) ut med syftet att fungera som en handbok för de personer på företagen som har hand om dokumentationen. En avsikt med boken var att ge läsaren en större förståelse för arkivbildning och dokumenthantering. Det är en kort bok med råd och olika begreppsförklaringar. Meurling skriver att forskningen om företag tidigare handlat om praktisk tillämpning, som exempelvis företagsuppbyggnad, administration och drift, men nu har även forskning om förståelsen för det historiska perspektivet börjat öka. Meurling skriver om ett "gammalt synsätt" och ett "nytt synsätt" på historisk forskning inom företag. Det förstnämnda har beskrivit företag som mekaniska och slutna medan det senare beskriver företag som en del av den helhet som vårt samhälle utgör. Forskningen har gällande företagsarkiv börjat ställa nya frågor som baseras på samhälls- och individperspektiv: som exempelvis samverkan mellan individ och organisation samt inre och yttre orsaker till förändringar. Handlingar som belyser de här perspektiven är dokumentation om personal, lönehandlingar, arbetsmiljö, årsrapporter, produktbeskrivningar och statistiska rapporter och så vidare. Den nya forskningsinriktningen behöver både handlingar som är företagscentrerade och handlingar som rör samverkan och påverkan mellan företag och samhälle. Meurling berättar om gallring och urval, att allt för många företag gallrat av etiska skäl, det vill säga att de kasserat information som ansetts belastande för företagen. En gallring bör istället göras på ett sätt att den inte stör informationens kvalitet och urvalet skall vara tillräckligt stort så att det belyser företagets verksamhets normala processer och inte enbart specifika händelser (Meurling 1977).

Meurlings bok skrevs för nästan 40 år sedan och vi har ställt oss frågande till om den kan vara aktuell än idag. Meurling rekommenderar företag att bevara sina handlingar både för att forskningen skall kunna ta del av deras vardagliga verksamhet men även för att tydligt visa vilken förändring och utveckling som företaget genomgått under sin livstid. Hon beskriver även att forskningen bytt riktning till ett mer historiskt och samhällsligt perspektiv. Vidare i detta avsnitt skall vi se vad senare forskning inom företagsarkiv har behandlat.

Leon Shkolniks artikel *The role of the archive in the corporate structure* (1990) handlar om varför företag bör arkivera och hur de kan motiveras till att göra det. Författaren skriver om hur begreppet arkiv uppfattas av företagen och vad ett välstrukturerat företagsarkiv kan innebära för positiva effekter för företaget. Många företag har en bild av arkiv som en förvaringsplats för äldre handlingar, när det enligt

Shkolnik istället bör ses som en avdelning inom företaget som har särskilt ansvar för att organisera strukturen av tillhandahållandet av historiska dokument. Dessa dokument är i sin tur värdefulla för att de kan ge företaget en stabil grund men också för att visa företagets utveckling och agerande. Shkolniks skriver att det största problemet med att upprätta ett väl fungerande företagsarkiv är att kunna motivera för företagsledningen vad arkivering är bra för, då många inte förstår dess potentiella värde. Ett arkiv behöver stöd av företagets ledning både i direktiv och i ekonomi.

Syftet med de flesta företag är att gå med vinst, och för många upplevs arkiv bara som en onödig utgift. Företagsledare måste förstå att ett arkiv skall användas av företaget självt, och inte bara i forskningssyfte. Affärsutveckling och trender kan enbart studeras om vissa handlingar har bevarats. Exempelvis bör handlingar rörande grundandet av företaget, patent och varumärke bevaras i ett arkiv. Studier har visat att ett företag vid juridiska situationer kan dra fördel av att ha en ordnad dokumenthantering. Företaget kan i marknadsföringssyfte använda sig av äldre foton, produkter, rapporter och korrespondens. En välbevarad dokumentation av företagets livstid kan även gynna nya befattningshavare och övrig personal när de skall sätta sig in i företaget genom att dra lärdom av tidigare erfarenheter, framgångar och misslyckanden. En öppenhet gentemot allmänheten kan också stärka företagets position i samhället. Shkolnik avslutar med att diskutera arkivariens roll i det hela, och nämner att det är dennes roll att förespråka och förmedla de nämnda positiva egenskaperna till företagen. Arkivarier måste arbeta för att övervinna den vanliga missuppfattningen om att hen bara är en historiker – en sådan roll har låg status inom företagsvärlden. Arkiv skall fastställas som en erkänd verksamhet som tjänar behoven hos moderna företag (Shkolnik 1990).

En annan källa som vi använt oss av för att få förståelse för hur det ser ut gällande forskningen kring företagsarkiv idag, är Daniel Bergströms artikel "De glömda arkiven – tre handelsarkivs innehåll och bevarande" i *Om äldre företagsarkiv* (1999). Där sammanfattar Bergström hur situationen för företagsarkiv såg ut för tiden före millennieskiftet, och som titeln vittnar om tog han utgångspunkt i att de enskilda arkiven är "de glömda arkiven". Bergström beskriver det som att de enskilda arkiven, med betoning på handels- och företagsarkiv, har mycket värdefullt innehåll som kan vara intressant ur ett historiskt perspektiv. Innehållet i de enskilda arkiven värderas dock lägre än den offentliga sektorns arkivmaterial beroende på hur och var det bevaras samt vem som skapat arkiven. Bergström berättar att direkt forskning kring detta inte finns då den ännu sker på ett mer allmänt plan. Diskussioner kring en utökad forskning finns men den stöter på problem i och med att mycket av informationen som funnits i företagsarkiven redan har hunnit kasseras. Det som oftast finns kvar är räkenskaper- vilket ger en mycket tydlig bild av att det är just de handlingar som arkivbildare främst ansett vara intressanta för eftervärlden.

Bergströms artikel är i huvudsak en undersökning av tre handelsarkiv, något vi inte skall gå vidare in på här då det inte ligger inom vårt undersökningsområde. Viktigt för vårt fall är att Bergströms artikel utgör en källa till andra forskare inom vårt ämnesområde, då han sammanfattar situationen för forskningen inom företagsarkiv under den tidpunkt då hans artikel skrevs genom att hänvisa till andra författares rådande teser. Bland annat Leif Gidlöf, arkivvetare och historiker, som i artikeln *Why history matters to managers – Några funderingar om näringslivet, arkiven och det*

historiska perspektivet (1987) skriver om vilka som forskar i företagsarkiv och vilka som skulle kunna göra det i större utsträckning. Som exempel på vilka forskare som kan dra nytta av företagsarkiv nämns studenter vid högskola och universitet, uppdragsforskning och amatörforskning med lokalhistorisk inriktning. Gidlöf uppger också tre faktorer till vad som är de huvudsakliga orsakerna till varför företagsarkiven inte utnyttjas mer: materialet är svårtillgängligt på grund av exempelvis komplicerade bokföringssystem, bristfällig arkivordning, och ständig utveckling av ny teknik. Arkiveringen kräver ekonomiska resurser av företag vilket gör att det bortprioriteras av ledningen då värdet av materialet inte uppskattas som tillräckligt högt. Slutligen nämns forskningspolitiska förändringar, bland annat i form av att forskarföreträdanden inte går in och stödjer företagen genom att ta ställningstaganden kring gallring och bevarande. Samtidigt skriver Gidlöf att forskning i företagsarkiv också är mycket av en osynlig företeelse på grund av att den ofta sker i företagens egna lokaler istället för på en arkivinstitution och därför inte registreras. Gidlöf ser att en möjlig framtida lösning för problemet gällande forskning om och bevarandet av företagsarkiv skulle vara att forma ett centralt organ som förutom att ha en depåfunktion även skulle kunna vara en kontakt mellan näringslivet, institutioner och forskarna. På så vis skulle det centrala organet ta rollen som opinionsbildare, och förbättra överblicken av företagsarkiven (Gidlöf 1987). Idag fungerar Centrum för Näringslivshistoria (CfN) som en förebild för många enskilda arkiv som har hand om företagsarkiv. CfN bildades år 1974 som en förening vars syfte var att bevara Stockholms företagsminnen men har idag expanderat och har arkivbildare vars verksamheter både finns runt om i landet och utomlands. Det är en ideell förening som finansieras av medlemsavgifter och intäkter från de tjänster som erbjuds till medlemsföretag och andra kunder (Centrum för Näringslivshistoria 2016).

Sven Bodin, Tom Sahlén och Carina Sjögren beskriver i *Dokumenthantering i företag och organisationer – en kvalitetsfråga* (2000) att det bland företag och organisationer finns ett behov av en lättillgänglig och handgriplig information om dokumenthantering, vilket är orsaken till att de skrivit boken. Författarna menar att medvetna företag och organisationer vill ta ansvar för den framtida historieskrivningen – både för sin egen del men också för att bli en del av vårt samhälles gemensamma minne. Vanliga problem, så som att företagsarkiven numera utgörs av både analogt och digitalt material, att det saknas överskådliga arkivförteckningar samt att det saknas strategier för digital dokumenthantering tas upp och författarna förespråkar att man redan tidigt i informationsprocessen bör planera för bevarande och gallring (Bodin, Sahlén & Sjögren 2000). Boken gavs ut vid millennieskiftet och kan ses som en produkt av den dåvarande uppfattningen att den bästa lösningen på att bevara företagsarkiven var att företagen skulle utbildas. Trots att *Dokumenthantering i företag och organisationer – en kvalitetsfråga* (2000) till sin natur är grundläggande är den ändå till nytta för oss i vår studie eftersom den lyfter ett problem som än idag tycks vara vanligt och som nämns i annan litteratur: att företag behöver strategier för hur de skall bevara sitt material. Boken belyser även företags historiemedvetande, något som ju är en del av våra forskningsfrågor och som kommer tas upp mer ingående i vår teoridel.

Riksarkivet och Landsarkivens årsbok *Vardagslit och företagsvinst* från 2002 är skriven av olika författare som fått återge sin syn på företagsarkiv och lyfter fram både problem och fördelar samt det intresse för näringslivet som ofta finns.

Upphovsmän till de kapitel som varit särskilt användbara för oss gällande att skapa en bakgrundsbild av ämnet är Anna Christina Ulfsparre, Carl Michael Raab samt Peter Olausson, Ivan Bratt och Thomas Kvarnbratt. Tillsammans ger de olika kapitlen en nulägesbeskrivning av företagsarkiven kring millennieskiftet och pekar på det utbildningsbehov som de ansåg finnas.

Ulfsparre (2002) ställer sig frågande till varför man inte lyckats bättre med att få företagen att inse sina arkivs värde och användningsmöjligheter och lyfter i sin text "Företagsarkiven - problembarn eller värstingar?" fram det stora utbildningsbehov som hon anser finnas bland företagen som ofta saknar arkivarier och måste sköta sin dokumenthantering själva. Raab (2002) ger i sitt kapitel "Näringslivsarkiven i Sverige" en beskrivning av hur situationen sett ut från tidigt 1900-tal fram till seklets slut och uttrycker liksom Ulfsparre en oro inför det rådande läget. Raab tar dessutom upp att det idag blir allt vanligare att företag lägger ut arkivvården på entreprenad där handlingarna förvaras på pallar hos kommersiellt inriktade arkivföretag. Förvaringen är förvisso kostnadseffektiv och rationell men kan få förödande konsekvenser för forskningens tillgång på källmaterial. Det är särskilt alarmerande då företagens centrala och äldre arkivhandlingar rycks ur sitt sammanhang och hamnar bland gallringsbart bokföringsmaterial menar Raab. Slutligen diskuterar Olausson, Bratt och Kvarnbratt (2002) i "Värmlandsarkiv - en företagsam historia" den problematik som kan uppstå när företag flyttar utomlands och således förs bort från sin ursprungshistoria. De ställer sig frågande till vems ansvar det då blir att bevara företagshistorien och argumenterar för att företag bör deponera sitt material på en arkivinstitution för att få tillgång till rådgivning, trygg förvaring och forskningsmöjligheter. De menar också att det ur en PR-synpunkt är viktigt att visa att man värnar om sin historia, då detta indikerar att man känner ett ansvar för den ort där företaget har sitt ursprung eller där verksamheterna finns.

Alexander Schug har studerat historia, publicistik samt sociologi och har bland annat fokuserat på varumärkes- och företagshistoria. Boken *History Marketing* (2010) kan ses som en uppmaning till företagen att bevara sin historia och göra det på ett väl utfört sätt. Att arbeta med sin historia kan verka motsägelsefullt i sammanhang där innovationer och förnyelser fungerar som ledstjärna och där framtidsvisioner och snabbhet belönas. Allt fler svenska företag börjar dock få upp ögonen för den nytta historia kan ha för affärsverksamheten. Användningen av företagets historia i marknadsföring och kommunikation, så kallad History Marketing, är redan en vanlig metod i USA, övriga Europa, Asien och Latinamerika. För att metoden skall lyckas krävs det att företagen har välorganiserade och fungerande arkiv, något som i många fall inte är en självklarhet. Det är tyvärr inte ovanligt att historiskt värdefullt material inte prioriteras så högt utan slängs eller tappas bort i samband med omorganisationer eller vid flytt till andra lokaler. Schug menar att det idag blir allt svårare för företag att hänvisa till det unika hos de varor och tjänster man erbjuder marknaden. Mer användarvänliga eller kvalitativt bättre varor/tjänster än konkurrenterna räcker helt enkelt inte längre till på en marknad där priserna är jämförbara och kvaliteten är likvärdig. Något som därför blir allt mer viktigt är trovärdigheten och enligt Schug är användningen av historia något som skapar trovärdighet (Schug 2010).

De källor vi tagit upp ovan har hjälpt oss att få ett grepp om hur situationen kring företagsarkiv sett ut de senaste årtiondena. Det finns bland författarna skilda åsikter

om huruvida företag bör utbildas, vad de egentligen vet om arkiv och om de ens vill arkivera. Även olika resonemang kring just varför de bör arkivera och vilka effekter en ordnad dokumenthantering kan ge företagen lyfts fram. Alla de här åsikterna kan ses som faktorer som påverkat, eller påverkar, forskningen inom området.

2.2 Tidigare forskning

I följande avsnitt presenteras tidigare forskning om ämnet företagsarkiv. Vi börjar med en sammanfattning av svensk forskning för att sedan gå över till att ta upp internationell forskning. I Sverige är den arkivvetenskapliga forskningen om just företagsarkiv knapphändig.

2.2.1 Tidigare forskning på högskole- och universitetsnivå

Ett fåtal master- och magisteruppsatser har skrivits men de har främst koncentrerat sig på fallstudier. Exempel på sådana uppsatser är *Att organisera kunskap på ett företag: en fallstudie vid Ecophon AB:s utvecklingsavdelningar* av Hanna Liljeblad och Elin Thunell (2008), *Hovjuvelerare W. A. Bolins AB företagsarkiv* av Maja Hultman (2010), *Hur arkiverar Sveriges byggföretag? Ett försök att finna arkiveringspraxis i en för kulturarvet viktig företagsbransch* av Nils Högman (2010) samt Hillevi Alfsdotter och Helena Lundins *Dokumenthantering i en föränderlig organisation* (2003). De första tre är skrivna inom ramen för ABM-programmen vid Lunds respektive Uppsala Universitet och den fjärde inom programmet för Biblioteks- och Informationsvetenskap vid Högskolan i Borås.

I den förstnämnda masteruppsatsen undersöker Liljeblad och Thunell (2008) hur tre utvecklingsavdelningar på ett tekniskt företag skulle kunna organisera sina dokument och sin information för att förbättra informationshanteringen. Materialet samlades in genom enkäter, intervjuer samt via observationer. I studiens resultat kunde tre olika problemområden, eller behov, som hade att göra med företagets informationshantering identifieras: det första problemet bestod i att företagets egna bibliotek (bestående av både fysiska och elektroniska samlingar) var i stort behov av en bättre struktur för att underlätta sökbarheten. Ett andra problem yttrade sig i det stora behovet av riktlinjer och en policy för hur informationen skulle hanteras på de olika avdelningarna. Det tredje problemet var att det bland personalen fanns ett behov av kunskap gällande både hur man söker och använder information. Förslag på lösningar på de tre problemen var bland annat att införa ett digitalt bibliotekssystem som kunde fungera som en samlad ingång till både företagets tryckta och digitala material samt att anställa en bibliotekarie som kunde hjälpa till att både organisera informationen och utforma en policy för hanteringen av denna. Genom att åtgärda nämnda problem menade författarna att situationen på företaget skulle kunna förbättras (Liljeblad & Thunell 2008).

Hovjuvelerare W. A. Bolins AB företagsarkiv (2010) av Hultman är en magisteruppsats som handlar om ordnings- och förteckningsarbetet av just det specifika företagsarkivet. Arkivbildaren, ett litet och familjeägt företag, var fortfarande aktiv och materialet fanns förvarat på olika platser i de egna lokalerna. Då materialet var så omfattningsrikt och utspritt så hann inte allt ordnas och förtecknas.

Uppsatsens författare fick begränsa sig till enbart det material som fanns i själva arkivlokalen vilken var placerad i arkivbildarens källare. Delar av arkivet hade utsatts för ofrivillig gallring eller blivit förstörda i samband med byte av lokaler. Företaget hade heller inte haft något utarbetad struktur för hur deras arkivering skulle gå till och arkivet hade således fått växa och formas efter företagets syften och tillfälliga behov. I Hultmans studie lyfts ett antal problem fram: det första gällde sekundär proveniens som uppstod i samband med att företaget bytt lokaler samt att de olika cheferna under åren, från företagets start på 1700-talet, satt sin egen prägel på arkivmaterialet vilket ledde till att det fick delas in i ett flertal delarkiv. Det fanns även stora brister i arkivlokalen i form av att den sågs som ett allmänt förvaringsutrymme samt att den hade ett klimat som var präglad av kyla och fukt. Hultman lyfter slutligen fram samma problem som vi stött på: nämligen bristande och föråldrad litteratur om ämnet företagsarkiv (Hultman 2010).

Syftet med Högmans masteruppsats *Hur arkiverar Sveriges byggföretag? Ett försök att finna arkiveringspraxis i en för kulturarvet viktig företagsbransch* (2010) är att försöka utröna hur bevarandet inom byggbranschen ser ut och vilka bevarandestrategier som finns eller funnits och hur de i så fall tillämpas. Högmans utgångspunkt var att genomföra intervjuer av de arkivansvariga på tre stora byggnadsfirmor i Sverige, och sedan jämföra de tre firmornas arkivförteckningar och innehåll. Studien ämnade undersöka vad det är som bevaras hos byggnadsfirmorna och om det tas någon hänsyn till kulturarvsaspekten. Genom att ta del av ett enkätmaterial på Riksarkivet undersökte han även om byggbranschen skiljde sig på något vis från andra branschens företagsarkiv.

Högmans (2010) önskan om att intervjua arkivarier på byggfirmorna visade sig vara svår att uppfylla. Firmornas arkivhantering sköttes av tjänstemän utan någon särskild utbildning inom arkivkunskap och arkivfrågorna föreföll inte ha någon stark ställning inom byggföretagen. Intervjuerna blev då inte så givande som Högman hoppats på och någon fördjupande diskussion om arkivteoretiska bevarandepprinciper gick ej att genomföra. Högman sammanfattar intervjuerna med de tre stora byggfirmorna med att de är ganska ovilliga till att bevara mycket mer än det lagen kräver och att kulturarvs- och forskningstänkandet inte står särskilt högt i kurs, även om det till viss del torde finnas i de arkivansvarigas medvetenhet. De ekonomiska resurserna som det skulle krävas för att kunna bevara mer material är en stor orsak till denna bortprioritering. Högmans studie visar också, i jämförelse med Riksarkivets enkätundersökning, att byggföretagens attityd kring bevarande definitivt inte är bättre än i den svenska företagsvärlden i stort. Intresset för arkivering är relativt lågt och i den mån man bevarar något, utöver vad lagen kräver eller vad företaget själva behöver för sitt interna arbete, sker ganska planlöst och utan arkivmässigt tänkande. Inga direkta genomtänkta bevarandestrategier kunde skönjas i materialet. Byggföretagens stora betydelse för kulturarvet, i egenskap av upphovsmän av de byggnader som kommer att utgöra vårt kulturarv, förefaller inte medföra någon utökad ansvarskänsla från företagets sida. Högman poängterar också att eftersom intervjumaterialet i studien är så litet kan den inte bidra till statistiskt hållbara resultat (Högman 2010).

Alfsdotter och Lundins magisteruppsats *Dokumenthantering i en föränderlig organisation* (2003) är en empirisk studie av ett medelstort företag med syfte att

belysa hur de anställda upplever företagets dokumenthantering. Författarna gjorde sammanlagt sju intervjuer med anställda på företaget som hade olika arbetsuppgifter inom arkivfunktionen. Studien undersöker hur arkivavdelningen och informationssystemet upplevs. Företagets arkivarie med flera arkivariesamordnare under sig upplever att dokumenthanteringsfrågorna inte tas på så stort allvar på företaget, inte ens av de styrande. Det finns inga tydligt satta mål för dokumenthanteringen och företaget har flera olika lokala programsystem vilket gör att mycket information som skapas och bevaras blir personrelaterat, något som leder till att en informationsförlust står nära då många i personalen närmar sig pensionsåldern. Informationssystemet upplevs också som svårt för de anställda då alla använder det på varierande sätt och i olika grad. Författarna kommer fram till att det är av yttersta vikt att alla på företaget har en helhetsbild av det gemensamma resultatet av dokumenthanteringen. Arkiv och dokumenthantering skall fungera som stödprocesser för att verksamhet och huvudprocesser kan fungera i enlighet med företagets uppsatta mål. Företagets syfte är att gå med vinst, men utan ett fungerande informationssystem finns det risk att viktig information går förlorad: ”För att arkiv och dokumenthantering skall kunna fungera som stödprocess måste det finnas en helhetssyn inom företaget där informations- och dokumenthantering ses just som en strategisk resurs” (Alfsdotter & Lundin 2003, s.73). Författarna avslutar med att konstatera att motivation och vilja är de stora drivkrafterna för en fungerande dokumenthantering och ansvaret för att skapa detta ligger på högsta ledningen (Alfsdotter & Lundin 2003).

Gemensamt för de fyra ovanstående uppsatserna är att de undersökta företagen inte har tydligt utarbetade riktlinjer och system för hur de skall handskas med sin information, något som kräver ett hårt arbete som kommer innebära investeringar i både tid och ekonomi. Ett gemensamt arbete och helhetstänk är också viktiga komponenter för en fungerande informationshantering. Uppsatserna visar också på att dokumenthantering är ett aktuellt forskningsområde inom företagsarkiv.

2.2.2 Bevarande av företagsarkiv samt hantering och användning av handlingarna

Erik Borglund och Lena-Maria Öberg, båda verksamma inom ämnena arkiv- och datavetenskap respektive data- och systemvetenskap, undersöker i sin artikel *How are records used in organizations?* (2008) hur digitala handlingar används i organisationer och vem det är som använder dem. Syftet med artikeln är att försöka se huruvida organisationers användning av handlingar påverkar utvecklingen av deras dokumenthanteringssystem. Undersökningen har genomförts med hjälp av fallstudier, 50 intervjuer och sammanlagt 100 timmar av deltagande observation. Med dokumenthantering menas på vilket sätt olika handlingar hanteras från att de skapas till att de antingen förstörs eller bevaras. I och med datoriseringen har organisationer nu även kommit att behöva handskas med elektroniska handlingar, det vill säga handlingar som föds digitalt i datorbaserade system. Olika problem kring bevarandet och hanterandet av elektroniska handlingar är något som engagerat forskare inom arkivvetenskaplig forskning sedan tidigt 1990-tal och är fortfarande ett högst aktuellt ämne. Studier av just själva användandet av handlingarna är något som ökat på senare

tid. Borglund och Öberg lyfter fram i vilka syften som handlingarna används och nämner att det finns både ett primärt och ett sekundärt syfte.

De resultat Borglund och Öberg kommer fram till är att det primära syftet ofta är knutet till förutbestämda arbetsprocesser som kräver att handlingarna används, som exempelvis olika ärenden som rör affärsverksamheten. De som använder handlingarna är personer som utövar arbetsprocessen. Eftersom denna form av användning är förutbestämd så är dokumenthanteringssystemet designat i förväg för att på bästa sätt kunna möta de krav som ställs. Gällande det sekundära syftet så ges handlingarna en annan innebörd än vad de ursprungligen hade. Det kan exempelvis röra sig om en händelse som tvingar fram ett användande av information för att lösa ett problem. Borglund och Öberg menar att det är svårare att i förväg kunna identifiera vilka personer som använder handlingarna i ett sekundärt syfte. Olika typer av användare samt hur själva handlingarna används i sekundära syften beror till stor del på rådande situation och det krävs nya metoder för att kunna undersöka de typerna av "okända" användare (Borglund & Öberg 2008). Företagen tycks inte lägga någon större vikt vid det sekundära syftet utan använder enbart sina handlingar för att klara av arbetsprocessen.

När vi vidgat vårt perspektiv och sett till internationell forskning om företag och organisationer så har vi uppfattat denna som lättare att tillgå än den svenska. Den internationella forskningen behandlar ofta ämnen som berör hur arkivet påverkar hanteringen av det material som skapas inom företagen men också vilket värde arkiv kan ha för företag.

I Paul C. Lasewicz's artikel *Forget the Past? Or History Matters? Selected Academic Perspectives on the Strategic Value of Organizational* (2015) nämns det att ett företags tillgångar uppfattas som strategiskt värdefulla när de bidrar till att skapa konkurrensfördelar. Många företag menar att en tillgång i form av ett arkiv skulle kunna tillföra ett strategiskt värde. Exempel på vilken nytta ett arkiv kan ha för ett företag är att det kan bidra med en historisk bakgrund som underlättar beslutsfattande och hjälpa till att marknadsföra en ny produkt genom att sätta in den i en historisk kontext. Ett arkiv kan även förstärka kulturella värderingar genom historiska bevis eller stärka de anställdas band till företaget genom att exempelvis fira jubileer. Lasewicz menar dock att det till stor del är ett gissningsarbete att försöka räkna ut exakt vad arkivet kan tillföra företaget rent ekonomiskt och en effekt av detta är att företagsarkiven lätt förbises av sina arkivbildare och därmed ofta får en låg prioritet. Till skillnad mot exempelvis myndigheters eller universitetens arkiv, vars arbetsuppgifter är en naturlig del av en större organisations uppdrag, menar Lasewicz att företagsarkiv mer ses som investeringar vars existens aldrig är riktigt självklar eller garanterad. Företagsarkiv måste ständigt rättfärdiga sin existens genom att bevisa att de tillför mer än vad de kostar. En metod för att rättfärdiga denna existens, och för att rikta fokus på företagsarkivens värde, är att arkivarien kan arbeta tvärvetenskapligt. I artikeln undersöker Lasewicz 80 artiklar från olika akademiska tidskrifter. Resultatet visar bland annat att många av företagsarkiven ursprungligen infördes på grund av en historisk medvetenhet, driven av bland annat företagets jubileer och event, och alltså inte på grund av man insett dess strategiska värde. Detta värde tycks företagen istället blivit mer medvetna om i efterhand (Lasewicz 2015).

Records and information management practices among SMEs in Tororo district, Uganda, skriven av Constant Okello-Obura (2012), är en studie genomförd i Uganda. Som titeln avslöjar ligger studiens fokus på små- och medelstora företags hantering av information och dokument. Artikelns författare har till största delen använt sig av enkäter för att samla in sitt material men har även kompletterat sin studie med telefonintervjuer. Okello-Obura har som hypotes att det inte gjorts så mycket för att förbättra hanteringen av dokument och information bland de här typerna av företag, vilka tillsammans med landets övriga företag spelar en stor roll för Ugandas ekonomiska utveckling. Av de sammanlagt 61 företag som tillfrågades deltog 42 (69%) i studien. Bland dem var de flesta verksamma på marknaden för hushåll/livsmedel, textilier eller ingenjörsarbeten.

Majoriteten av företagen hade enbart pappersbaserade arkiv. De resultat som framkommer i studien är att de flesta företag inte arkiverar sina handlingar och de har således inte heller någon strategi för hur handlingarna skall bevaras på ett säkert sätt. Exempel på en konsekvens av detta är att företag kan ha svårt att hävda sin rätt i frågor om att betala skatt eftersom viktiga dokument försvunnit. Ugandas regering har enbart satsat på att ge företagen stöd gällande deras verksamheter samt hur de når ut till nya marknader. Att bevara och hantera sin information är något som inte ägnats lika mycket uppmärksamhet. Företagen saknar lämpliga lokaler, kunskap och kompetent personal när det kommer till att arkivera handlingar. Det framkommer dock i studien att företagen är öppna för att lära sig hantera sin information på ett bättre sätt. Förslag på hur läget kan förbättras är bland annat att företagarna skall utbildas i grundläggande dokument- och informationshantering samt att det även bör ske en större, landsomfattande, studie för att identifiera företagens informationshantering och på sikt kunna förbättra denna (Okello-Obura 2012). Okello-Oburas artikel visar likheter med den svenska litteratur vi tagit upp ovan. Även i det här fallet anser man att det bör satsas på utbildning samt att företagen saknar förutbestämda system gällande dokumenthantering och lämpliga lokaler för sin arkivering.

On the communication value of the company museum and archives (2014) är en studie om företagsarkiv och museum utförd av Paola Castellani och Chiara Rossato. Studien är uppbyggd på en kvalitativ enkätundersökning som besvarades av företag som är medlemmar i föreningen Museiimpresa i Italien. Av 52 stora företag som ombads att delta, blev antalet informanter slutligen 22 (42.3%). De som svarade på enkäterna var antingen företagets ägare, marknadschef, kommunikationschef eller chef för externa relationer. Enkäten innehöll frågor om huruvida företagen är medvetna om vad arkiv och museum kan bidra med till företagets kommunikation med kunder och samhälle, samt vad de institutionerna har för inverkan på företagets image och rykte. Författarna utarbetade enkäten baserat på sina egna tidigare studier om temat och genom samarbete med museikuratorer och företagskommunikatörer. Informanterna skulle svara utifrån de erfarenheter de fått genom arbetet med företagets arkiv och/eller museum de utfört. Huvudkategorierna för enkätfrågorna var: varför företagen hade skapat arkiv och museum, vad de hade för kommunikationspotential samt vad för effekt de hade på övrig verksamhet. Syftet med Castellani och Rossatos artikel var att få svar på huruvida företag själva inser vilken kommunikationspotential som museum och arkiv kan innebära för ett företag. Författarna anser att studien bekräftar att företagen faktiskt är medvetna om

detta. Företagen svarade att arkiven och museerna finns till för att skapa ett historiskt minne för företagen, stärka deras namn, trovärdighet och image. Castellani och Rossato föreslår dock själva att företagsarkiv och museum varken är till för underhållning eller för bevara företagets minne, utan främst för att forma dess identitet. Studien hade vissa begränsningar vilka författarna själva poängterar, och dess storlek medför att den endast fungerar som ett första steg på vidare studier som borde utökas och utvecklas. Den är också något ensidig då det bara är företagets perspektiv som undersökts, och inte besökarnas (Castellani & Rossato 2014).

Sistnämnda artiklar av Lasewicz, Okello-Obura samt Castellani och Rossato är från tre olika världsdelar och får i denna uppsats representera en sammanfattning av hur arkivsektorn inom organisationer ser ut just nu i världen. Författarna diskuterar samma ämnen som är aktuella i vår undersökning: arkivering och dokumenthantering inom organisationer, värdet av ett fungerande arkiv samt vad detta kan bidra till rörande organisationers marknadsföring, kommunikation och historia.

3 Teoretiska perspektiv

Teorier är sätt att förklara och förstå de fenomen vi ser omkring oss. De är en samling begrepp som ska ge verktyg till att analysera händelser, företeelser och förhållanden ur ett valt perspektiv (Eriksson-Zetterquist, Kalling & Styhre 2006, s. 15). Vi kommer att använda oss av en kombination av nyinstitutionell teori samt ett centralt begrepp inom historiedidaktiken som kallas historiemedvetande för att forma våra enkät- och intervjufrågor och för att sedan analysera materialet.

Vi har valt att tolka företag som institutioner för att de är anläggningar med en särskild uppgift, som exempelvis att producera varor eller tjänster. Dessa anläggningar består av strukturer och aktiviteter som ger stabilitet och mening åt socialt handlande (Jönsson, Persson & Sahlin 2011, s. 11, 14). Då vårt syfte med uppsatsen är att skapa en förståelse för hur ett små och medelstora företag ser på sitt arkivmaterial och därmed hur de agerar kring det och sin historia, menar vi att nyinstitutionell teori är passande i detta sammanhang. Eftersom en rad olika discipliner använder sig av nyinstitutionell teori finns det således många olika användningar av begreppet institution. Vi har använt oss av begreppet på det sätt som många sociologer använder sig av: nämligen att institution syftar till organiserade och etablerade sätt att handla – så kallade procedurer som ofta representeras som ett samhälles grundläggande regler. Reglerna både upplevs och analyseras som något som ligger utanför människors medvetande. Vi har även använt oss av ett antropologiskt synsätt på institution som innebär att institutioner är kulturella och historiska effekter av social ordning (Eriksson-Zetterquist 2009 ss. 7-8). Historiemedvetande kan användas som ett komplement till nyinstitutionell teori för att svara på hur företagen förhåller sig till sin historia.

Vi kommer i följande avsnitt att beskriva de två teorierna och förklara närmare hur de uppkommit, utvecklats och vad de präglas av. Vi kommer även att beskriva några för teorierna centrala utgångspunkter vilka vi kommer använda oss av i analysen.

3.1 Nyinstitutionell teori

3.1.1 Nyinstitutionell teori - en kort bakgrund

För att förstå grunden till nyinstitutionell teori anser vi det nödvändigt att först ge en kort förklaring till hur teorin uppkommit. Dess moder är organisationsteorin som i sig har en lång och gedigen historia av utveckling och olika perspektiv.

Organisationsteorin började utvecklas kring sekelskiftet 1900 som ett verktyg för att förstå organisationer, dess struktur och ledning. Organisationer sågs som rationella verktyg som uppnådde sina mål genom produktion (Eriksson-Zetterquist, Kalling & Styhre 2006, s. 280). I takt med att organisationer och industrier förändrades har också organisationsteorin förändrats. Inom samhällsvetenskap och humaniora har nya inriktningar inom teorin växt fram på grund av nya vetenskapliga synsätt, bland annat utifrån vilken vinkel forskning ska bedrivas. Institutionell teori växte fram som ett perspektiv inom organisationsteorin. Den växte även fram som ett kritiskt inslag till

sin föregångare. Den institutionella teoriinriktningen ifrågasätter hur rationell en organisation egentligen är, och att organisationen i själva verket påverkas både av dess historia och omgivning. En central tanke inom institutionsteorin är att institutioner växer fram när människor konstruerar sin sociala verklighet (Eriksson-Zetterquist 2009, ss. 7-9, 109; Eriksson-Zetterquist, Kalling & Styhre 2006, s. 280). Nyinstitutionell teori är i sin tur en vidareutveckling av institutionell teori. Till skillnad mot den institutionella teorin menar nyinstitutionell teori att identitet uppkommer genom handlingar och den betonar att organisationers aktörer söker stabilitet och legitimitet i relation till omvärlden (Eriksson-Zetterquist 2009, ss. 7-8, 109). Men båda inriktningarna ser till förhållandet mellan organisationen och dess omgivning. En ambition med den nyinstitutionella teorin är att undvika det som dess föregångare kritiserats för, nämligen att vara alltför deskriptiv och abstrakt. Därför ämnar man finna nya svar på frågor om hur sociala val formas, förmedlas och kanaliseras genom institutionella sammanhang (Eriksson-Zetterquist 2009, s. 64).

Den nyinstitutionella teorin, även kallad institutionell organisationsteori, växte fram på 1970-talet och grundades av två centrala verk. Det första är John Meyer och Brian Rowans artikel *Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony* (1977). Meyer och Rowan menar att institutionella regler fungerar som myter vilka bidrar till att organisationerna får legitimitet, fler resurser, stabilitet och en bättre chans att överleva. I artikeln argumenterar författarna för att många organisationers strukturer idag reflekterar de regler som finns inom den institutionella miljön istället för att reflektera de krav som arbetsuppgifterna medför. Exempel på regler är policys, teknik, produkter och tjänster. De institutionella reglerna, eller myterna, skiljer sig från rådande sociala normer genom att de är inbyggda i samhället som inbördes tolkningar. Sådana regler kan komma att både tas för givet eller stötts genom lagar (Meyer & Rowan 1977, s. 340). Vi tänker oss att de företag som deltar i vår undersökning dels har en arkiveringsstruktur som reflekterar uttalade regler de måste följa, såsom bokföringslagen, men att de samtidigt kan ha en arkiveringsstruktur som speglar förgivettagna, tysta regler vilka utformats inbördes hos varje företag.

I mångt och mycket betraktas nyinstitutionell teori som en uppsättning idéer som forskaren kan välja mellan. Den kan även kombineras med andra perspektiv och teorier. Nyinstitutionell teori fokuserar på de organisatoriska strukturer och processer som är gemensamma för hela branscher eller fält – det vill säga det som framträder både nationellt och internationellt. Både stabilitet och förändring samt likhet och variation undersöks men det är av särskilt intresse varför organisationer inom samma bransch visar upp en såpass slående homogenitet i sina praktiker. Vad det gäller forskningsmetoder inom nyinstitutionell teori är kvalitativa metoder med inriktning mot fallstudier vanligast (Johansson 2009, s. 7,13; Eriksson-Zetterquist 2009, ss. 63-64).

Då vi valt att tolka företagen enligt sociologiska och antropologiska perspektiv så kommer vi titta närmare på vilka regler som styr företagets agerande. På så sätt kan vi i analysen använda två centrala nyckelbegrepp inom nyinstitutionell teori: *legitimitet* och *isomorfism*, vilka vi förklarar mer ingående nedan.

3.1.2 Begreppen legitimitet och isomorfism

Meyer och Rowan hänvisar till Peter Berger och Thomas Luckmanns *Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (1966) när de diskuterar hur organisationer skapar legitimitet – ett begrepp som blivit grundläggande inom nyinstitutionell teori. Berger och Luckmann menar att institutionaliseringen innebär att människan konstruerar en verklighet av vanor och institutioner som kan framstå som lika fasta och orubbliga som djurens instinkter. En sådan institutionalisering kan leda till ett automatiskt och oreflekterat handlande. Detta handlande baseras på olika vaneskapande processer vilka växer fram successivt över tid och som kontrollerar och samordnar det mänskliga agerandet. Legitimeringar är särskilt viktiga när företag skall reproduceras över tid, men används också när företag skall förklara och försvara vissa former av agerande – exempelvis genom att säga “såhär har vi alltid gjort” eller hänvisa till att det är något som är allmänt vedertaget inom andra institutioner (Berger & Luckmann 1966, ss. 110-111). Legitimitet är också en viktig aspekt att beakta när man analyserar relationerna mellan organisationer och deras omgivning. I sökandet efter legitimitet kommer organisationer att förändras då de anpassar sig till de förändrade normerna i samhället (Eriksson-Zetterquist 2009, ss. 103-104). Forskningen kring legitimitet har tidigare förekommit i mindre skala men har sedan 1990-talet ökat i popularitet. Den nyare litteraturen som utkommit kring ämnet utgår från att legitimitet är ett förklarande koncept snarare än att den undersöks som en empirisk egenskap. Empiriska studier har nämnt legitimitet som något man får eller förlorar, men bara en handfull undersökningar har prövat legitimitet som en hypotes (Deephouse & Suchman 2013, s. 49).

Det andra centrala verket som utgjort grunden till nyinstitutionell teori är Paul DiMaggio och Walter Powells artikel *The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields* (1983). Författarna ställer sig frågande till vad det är som gör att organisationer och deras praktiker är så lika, eller isomorfa. De vill med sin artikel undersöka och förklara homogeniteten istället för att uppmärksamma de variationer som finns. DiMaggio och Powell menar att organisationer i ett tidigt skede av sin livscykel uppvisar en variation gällande sätt att handla samt vilken form de har. Men i takt med att en organisation åldras och blir mer väletablerad så blir den även mer fast och mer lik andra organisationer, det vill säga mer homogen (DiMaggio & Powell 1983, ss. 147-148).

DiMaggio och Powell (1983, s. 150) presenterar tre olika faktorer som bidrar till att isomorfism kan uppstå inom institutioner: tvingande, mimetiska och normativa. Den tvingande faktorn innebär att isomorfism uppstår till en följd av politiskt inflytande, den mimetiska uppstår som en följd av rådande osäkerhet varpå institutioner anpassar sig för att lättare möta dessa osäkerheter och den normativa förknippas med att institutionerna med tiden blir allt mer professionella.

Tänkarna om isomorfism är centrala inom nyinstitutionell teori. Genom att ställa frågor angående omvärldens påverkan samt om vilka regler som styr företagens arkivering och dokumenthantering vill vi kunna se om företagen uppvisar någon isomorfism. På så sätt kan vi även tyda vilken eller vilka av ovan nämnda faktorer som bidragit till att isomorfismen uppstått. Vi vill också se om företagen uppvisar någon isomorfism gällande synen på och användandet av sin historia.

3.2 Historiemedvetande

Vår andra teori som vi skall utgå från är egentligen inte en egen teori i sig utan snarare ett begrepp som sedan 1990-talet varit centralt inom teorin historiedidaktik, nämligen historiemedvetande. Vi har valt att inte utgå från historiedidaktik som en teori i sig, utan vi kommer enbart använda oss av historiemedvetande som begrepp eftersom vi vill undersöka vad den egna historien betyder för företagen. För att bättre förstå vad historiemedvetande innebär så anser vi ändå att en kortare förklaring av historiedidaktiken är nödvändig.

3.2.1 Historiedidaktik - en kort bakgrund

Historiedidaktiken introducerades i Sverige och övriga Norden från Västtyskland på 1980-talet, främst i samband med debatten om att det saknades historia i skolan. Den omfattas av två grundläggande frågor där den första rör människors möte med historien som individer och samhällsvarelser och den andra rör den historiska dimensionens plats i kultur, samhälle och skola (Karlsson 2014, ss. 31).

Historiedidaktiker intresserar sig för vilken historia som förmedlas, hur denna historia förmedlas samt av vem och för vem den förmedlas. Man ställer sig även frågande till varför individer och samhällen intresserar sig för historiska dimensioner över huvud taget (Karlsson & Zander 2009, s. 37). Kort förklarad kan historiedidaktik definieras som föreställningar rörande vad som bör förmedlas till skilda målgrupper med hänsyn till historiens funktion i samhället. Teorin tar således utgångspunkt i den historiska kommunikationen i bred bemärkelse (Karlsson 1997, ss. 21-30).

3.2.2 Historiemedvetande

Historiemedvetande är den mentala process som den samtida människan använder sig av för att orientera sig i tid, i ljuset av historiska erfarenheter och kunskaper och i förväntning om en specifik framtida utveckling (Karlsson & Zander 2009, s. 49). Begreppet har både individuella och kollektiva dimensioner men grundläggande är att ett medvetande handlar om att "veta tillsammans" – vilket antyder en inriktning på gemensamma historiska tankemönster. Historiemedvetande hanterar tankemönster som har ett större intentionsdjup och som har en tydligare orientering mot framtiden än vad exempelvis det kollektiva minnet har, ett begrepp som ibland kan vara svårt att skilja från historiemedvetandet (Karlsson 2014, ss. 57-58).

Historiemedvetande definieras olika av de som är verksamma inom historiedidaktiken. En central aktör inom forskningsinriktningen är den tyske didaktikern Karl-Ernst Jeismann (1925-2012). Jeismann argumenterar starkt för att historiemedvetande skall ses som en utgångspunkt för historiedidaktiken i sin artikel *Geschichtsbewusstsein* i *Handbuch der Geschichtsdidaktik* (1979). Historikern Bernard Eric Jensen (1997) diskuterar Jeismanns resonemang i sin artikel *Historiemedvetande- Begreppsanalys, samhällsteori, didaktik* där han beskriver att Jeismann har delat upp historiemedvetande enligt fyra olika definitioner:

1. "Historiemedvetande är den ständigt närvarande vetenskapen om att alla människor och alla inriktningar och former av samliv som de skapat existerar i

- tid, det vill säga de har en härkomst och en framtid och utgör inte något som är stabilt, oföränderligt och utan förutsättningar.
2. Historiemedvetande innefattar sammanhangen mellan tolkning av det förflutna, förståelse av nutiden och perspektiv på framtiden.
 3. Historiemedvetande är hur dåtiden är närvarande i föreställning och uppfattning.
 4. Historiemedvetande vilar på en gemensam förståelse som baseras på emotionella upplevelser. Den gemensamma förståelsen är en nödvändig beståndsdel i bildandet och upprätthållandet av mänskliga samhällen.” (Jensen 1997, s. 51).

Det finns betydande skillnader mellan definitionerna som påverkar ramverket och avgränsningarna för användning av begreppet historiemedvetande. Vi har valt att utgå från den andra definitionen i vår analys. Den definitionen av historiemedvetande kan ses som synonymt med begreppet *tidsmedvetande* - ett brett begrepp som inte bara handlar om ”dåtid”, som ofta likställs med ”historia”, utan även om tolkningen och förståelse av tendenser så som uppbrott, nyskapelse och förväntningar. ”Medvetande” i detta begrepp står för reflexion, självinsikt och sociala normer. Att ha historiemedvetande som utgångspunkt i en analys är att undersöka den betydelse historiemedvetande har i människors liv och sociala samspel, att det fungerar som ett integrerat element i människors identitet, vetande och handlingar (Jensen 1997, ss. 51, 53-57).

Begreppet historiemedvetande är inte enkelt att omsätta till metod, men de analytiska nyckelbegreppen är *identitet* och *berättelse* och det är i kulturmöten och sociokulturella läroprocesser som nyckelbegreppen formas och sätts i kontext (Aronsson 2004, s. 68). Alla människor reflekterar och integrerar historien i den egna identitetsbildningen men det sker ofta i det fördolda och omedvetna (Karlsson 2004, ss. 44-45). Med historiemedvetande som perspektiv kan man skapa förståelse för vad det förflutna kan bidra med angående skapandet av en värdegrund, legitimitet eller hantering av förändringar av exempelvis en situation, organisation eller plats. Ingenting, oavsett ålder, är historielöst. Historia är ständigt i relation till tiden som är nu och framtiden. Det kan medföra effekter i handlingar och attityder – medvetet eller omedvetet (Aronsson 2004, ss. 67-68).

3.3 Om valet av teorier samt hur de skall kombineras

Vi vill med vår studie undersöka hur företag agerar kring, samt hanterar, sin arkivering och vad är det som styr dessa aktiviteter. Därför har vi valt nyinstitutionell teori som handlar om förhållandet mellan organisationen och dess omgivning, vilka regler som efterföljs och huruvida de är uttalade eller outtalade. Sker de processer som finns inom företagets organisation av vana? Vilka effekter har reglerna på företagets dokumenthantering och syns några likheter mellan olika företag? Genom att använda oss av nyinstitutionell teori i analysen av vårt material kan vi på så vis finna svar på hur sociala normer inom företaget formas, förmedlas och kanaliseras, hur företagets identitet formats och vad som ger stabilitet.

Likheter, även kallat isomorfism, är en central tanke inom nyinstitutionell teori och så även för oss i vår undersökning. Med hjälp av nyinstitutionell teori skall vi undersöka

hur krav från omgivningen påverkar företagen samt om kraven gör dem mer isomorfa. Bland de krav som omgivningen ställer på dagens företag ser vi främst till dagens "informationssamhälle" vilket producerar en stor mängd dokument (både fysiska och digitala), ökade krav på organisationers tillgänglighet samt att det råder ett historieintresse bland allmänheten (Karlsson 2004, ss. 30-32). Vi vill med hjälp av nyinstitutionell teori bland annat se om företagen uppnår legitimitet genom att förändra sig för att leva upp till kraven från omgivningen.

Nyinstitutionell teori är en teori som går, och som gärna bör, kombineras med andra teorier beroende på vad som skall undersökas (Johansson 2009, s. 13). När vi undersöker informanternas perspektiv på arkivering vill vi också se om deras historiesyn och eventuell användning av historien har någon effekt på arkivering eller bevarande. Det är då det andra begreppet, historiemedvetande, kommer användas. Vilka samband ser företagen mellan dåtid, nuet och framtiden? Hur påverkar sambanden i sin tur företagens arkivering? En institution är en produkt av sin historia och för att förstå en institution krävs förståelse för den historiska processen i vilken institutionen skapades. Denna process både kräver och skapar kontroll (Eriksson-Zetterquist 2009, s. 17). Nyinstitutionell teori och historiemedvetande kan således kombineras för att skapa förståelse för företagens agerande kring arkivering, bevarande och historia. Teorierna kan även kombineras för att se om företagen använder sin historia på något sätt, som exempelvis skapande av legitimitet genom historiemedvetande.

4 Metodbeskrivning

4.1 Metodval

Vi har valt att arbeta med en kvalitativ metod vilken kännetecknas av att den utgår från studiesubjektens perspektiv, till skillnad mot den kvantitativa metoden som ofta utgår från forskarens egna idéer om vilka dimensioner och kategorier som skall stå i centrum. Kvalitativ metod innebär att forskaren studerar saker i deras naturliga omgivning och försöker tolka, eller förstå, fenomen utifrån den innebörd som människor ger dem (Alvesson & Skoldberg 2008, s. 17). De data som samlas in består av bilder och ord. Det är naturlig data som eftersöks så som *mening* framför *handling* ur informantens perspektiv, genom observationer och ostrukturerade intervjuer (Ryen 2004, s. 16). Enligt Göran Ahrne och Peter Svensson (2014, ss. 12-21), socionom respektive företagsekonom, behövs kvalitativa metoder för att upptäcka samhällets mekanismer och för att förstå varför och under vilka omständigheter individer och grupperingar agerar. På samma sätt så behövs kvalitativa metoder för att kunna förklara historiska processer, fenomen och utvecklingar.

Jan Trost, sociolog med specialinriktning inom intervjumetodik, är den författare som vi valt att främst utgå ifrån angående intervjuteknik. Trost skriver i *Kvalitativa intervjuer* (2010) att det råder diskussioner att kvalitativa studier ibland kan uppfattas som mindre värda och av sämre kvalitet än kvantitativa. Anledningen är att kvalitativa studier inte alltid mynnar ut i ett statistiskt läsbart material – vilket innebär att resultatet kan vara svårare att tyda och inte ses som ett ”riktigt” resultat. Därför kan kvalitativa studier ofta tolkas som förstudier till kvantitativa studier (Trost 2010, s. 26). En annan kritik som kvalitativa studier också får utstå är att dess resultat inte alltid går att generalisera. Undersökningar har ofta syftet att få fram ett resultat, ett svar, som är möjligt att generalisera och på så vis kunna appliceras på andra grupperingar utanför undersökningsgruppen. Detta är dock något som forskare bör vara försiktiga med när det gäller kvalitativa studier som skall finna handlings- och beteendemönster. De bör snarare söka efter att skapa en förståelse för tillämpningsområdet genom resultatet (Thomsson 2010, s 32-33). Eftersom vi i våra forskningsfrågor söker förståelse för hur företag resonerar och agerar, både idag och historiskt sett, kring aktiviteterna *bevarande* och *arkivering* anser vi att en kvalitativ metod är det tillvägagångssätt som bäst gynnar vårt syfte. Vi söker efter det som Ahrne och Svensson (2014, s. 11) beskriver som “mjuka data”, alltså värden som inte är direkt mätbara så som upplevelser och föreställningar.

4.1.1 Utformande av enkäter och intervjufrågor

Vi valde att genomföra en enkätundersökning för att söka efter svar på våra frågeställningar. Enkäter uppfattas ofta som ett neutralt insamlingsverktyg, vilket är en av anledningarna till att vi ville använda oss av dem. Vi var dock medvetna om att det finns risker med att samla in data via enkäter. Risker som exempelvis yttrar sig i form av att frågornas syfte kan missförstås, att svaren blir felriktade eller att informanten svarar för kortfattat (Ryen 2004, s. 15). Vi valde ändå detta

tillvägagångssätt då vi ville låta informanterna besvara frågorna utan någon yttre påverkan ifrån oss, exempelvis genom följdfrågor, och för att undersökningen skulle bli så homogen som möjligt. Informanterna fick alla besvara samma frågor. Det var också viktigt att de fick stå i centrum då det var deras perspektiv vi ville undersöka. Vi strävade efter att behålla det perspektivet i varje steg av insamlingsprocessen (Trost 2012, s. 7). Eftersom vi haft en relativt stram tidsgräns för insamlingsprocessen hoppades vi på att användandet enkäter skulle få ett större antal medverkande än vad som hade varit möjligt vid andra insamlingsmetoder som är mer tidskrävande.

Enkätfrågorna utformades med hjälp av de nyckelbegrepp vi hämtat från våra två teorier. De mynnade ut i fyra olika temaområden: ”Om företaget och informanten”, ”Arkivering”, ”Icke arkivering” samt ”Historiemedvetande”. De första frågorna handlade om företaget i allmänhet för att sedan leda över till frågor om informantens ålder, utbildning och position på företaget. Vi ville börja med ”lättare” frågor för att sedan leda in på de andra frågorna som var mer djupgående. Enkäterna innehöll frågor både med öppna svar och ja- eller nej-svar. Vår tanke var att låta ett antal av företagen som deltog i enkätundersökningen senare utveckla svaren genom kompletterande telefonintervjuer. Det var också viktigt att tänka på att utforma frågorna så att även de som inte arkiverar skulle kunna svara på enkäten, därav det tredje temat ”Icke arkivering”.

Vi strävade efter att göra språket i enkäterna lättförståeligt utan alltför många arkivvetenskapliga termer. Vi såg även till att inkludera en kortare förklaring där vi beskrev undersökningens syfte samt vad vi menade med begreppen *arkivera* och *bevara*. Enkäten utformades och skickades till informanterna med hjälp av webbsidan www.surveymonkey.se som erbjuder tjänster för just enkätundersökningar och sammanställningar av de data som framkommer.

4.1.2 Metodbyte

Enkätundersökningen fick dessvärre inte den svarsfrekvens som vi hoppats på vilket ledde till att vi istället fick ändra fokus till att genomföra telefonintervjuer med företagen. Därmed fick vi även förändra vår metod och vårt genomförande något. Då vi fortfarande ville att informanterna skulle svara på frågorna utifrån sina egna tankar och perspektiv valde vi att genomföra kvalitativa semistrukturerade intervjuer. Eller som Jan Trost rekommenderar att kalla det: ”en strukturerad intervju med öppna frågor” (Trost 2010, s. 42). Detta innebär att intervjufrågorna är strukturerade för att handla om bestämda temaområden, utan flera olika svarsalternativ. Frågorna är i låg grad standardiserade, det vill säga att man anpassar sitt språkbruk och följderna av frågorna efter den som intervjuas (Trost 2010, ss. 39-42). Intervjuer är det mest använda tillvägagångssättet att samla data inom kvalitativ metod. Det anses som en lämplig metod för att få fram aktörers perspektiv inom de fält eller situationer de verkar i (Ryen 2004, ss. 14-15). Kvalitativa intervjuer bör inte innefatta färdiga frågeformulär utan snarare skall den som intervjuar försöka låta den intervjuade styra ordningsföljden i intervjun. För att guida in den som intervjuas på det ämnesområde man vill undersöka skall man skapa en lista över frågeområden och från dem ställa konkreta frågor när det passar i stunden. Detta innebär en frihet i samtalet och frågorna kan komma på olika platser under olika intervjuer vilket gör att den som intervjuar då följer den intervjuades tankebanor (Trost 2010, ss. 71-72). Syftet med

både enkäterna och intervjuerna var att belysa de olika informanternas upplevelser och erfarenheter av samma fenomen (Thomsson 2010, s. 29).

4.1.3 Urval och genomförande

Vi gick igenom flera olika alternativ angående hur vi skulle hitta informanter. Vi kom fram till att vi ville ha ett så statistiskt representativt urval som möjligt som kunde representera en stor del av Sveriges näringsliv utan att landets alla små och medelstora företag deltog i undersökningen (Troost 2012, s. 34). Därför valde vi att ha hela Sverige som undersökningsområde och bestämde oss för att det inte spelade någon roll vilken bransch företagen verkade i. Vi vill ändå argumentera för att de är likvärdiga då de alla är vinstdrivande och privatägda.

I sökandet efter lämpliga företag gick vår urvalsprocess till på så vis att vi hade ett flerstegsurval. Via hemsidan www.allabolag.se kunde vi se vilka som var de fyra största branscherna i Sverige. Genom lottning valde vi underkategorier inom branscherna och genom ytterligare en lottning kom vi fram till olika små och medelstora företag (Troost 2012, s. 35). Anledningen att vi valde ut de fyra största branscherna var för att förenkla vårt sökande. Vi styrde dock urvalet till viss del då vi medvetet försökte se till att informanterna var geografiskt spridda. Ytterligare en faktor som styrde vårt urval var att vi enbart kontaktade företag som har egna hemsidor. På så sätt fick vi enkelt fram kontaktuppgifter samt kunde se hur företagen beskriver sig själva online. Vi kontaktade verkställande direktörer, marknadschefer, ekonomiansvariga eller företagens administratörer beroende på vilka kontaktuppgifter som fanns listade på företagens hemsidor. Vem som skulle besvara frågorna var dock upp till företagen själva då vi i samband med att vi kontaktade dem förklarade att de gärna fick vidarebefordra vår förfrågan till den person på företaget som ansågs vara mest lämplig.

För att passa in i vår undersökning behövde företagen uppfylla fyra kriterier:

- De skall ha startats senast år 2000.
- De skall ha mellan 10-250 anställda.
- De skall vara verksamma i Sverige.
- De skall ha en omsättning inom ramen för de riktlinjer som Europeiska kommissionen fastställt för små eller medelstora företag (Europeiska kommissionens rekommendation 2003/361/EC).

Anledningen till att vi valde en yngsta ålder för företagen är främst på grund av bokföringslagen och dess krav på att bokföringsrelaterade handlingar skall sparas i 7 år. Vi ville att de undersökta företagen skulle ha en sådan pass hög ålder att de hunnit genomgå, och förhoppningsvis även reflekterat över, bevarande- och gallringsprocesser som är relaterade till lagen. Företagen behövde ha mellan 10-250 anställda för att placeras inom ramen för vad som definierar små och medelstora företag. Vi upplever att dessa två typer av företag ofta nämns i ett sammanhang (se exempelvis Etemad 2004; Okello-Obura 2014) och tycks utgöra en egen kategori i jämförelse med stora företag. Företagen skulle vara verksamma i Sverige för vi ville se hur de förhåller sig till de svenska lagarna och samhället. Genom att se till de

uttalade reglerna i form av svensk lag blir det enklare för oss att urskilja vilka outtalade regler som företagen följer.

4.1.4 Materialinsamling

Genom ovan nämnda urvalsprocess fick vi fram 52 företag som passade vår undersökning. En enkät skapades i tjänsten www.surveymonkey.se och skickades ut till företagen som hade sammanlagt tre veckor på sig att svara. Varje vecka skickade vi ut påminnelser till företagen om att svara på enkäten. Denna första omgång av utskick resulterade i fem besvarade enkäter varav tre av dem var fullständiga och gick att använda studien. Med denna låga svarsfrekvens bestämde vi oss för att skicka enkäten till ytterligare 34 företag som också de fick tre veckor på sig att svara. Urvalsprocessen såg denna gång ut på så vis att vi tog de fyra näst största branscherna (enligt www.allabolag.se) och lottade fram företag bland dem som passade våra kriterier. Även de här företagen fick varje vecka påminnelser efter utskicket vilket resulterade i en besvarad enkät. Vi letade fram ytterligare 13 företag från branscher som var störst efter de åtta vi redan lottat bland. Då tiden för vår materialinsamling började ta slut fick de sistnämnda företagen enbart två veckor på sig att svara och vi skickade ut påminnelser till dem på samma sätt som tidigare. Denna omgång resulterade i två besvarade enkäter. Sammanlagt skickades enkäten till 99 företag varav enbart åtta svarade. Sex av de enkäterna var fullständiga och gick att använda i studien.

Vår ursprungliga plan var att komplettera enkäterna genom att kontakta ett antal av de företag som svarat för att be om en telefonintervju där enkätsvaren kunde nyanseras eller vidareutvecklas, något som kan vara värdefullt för just enkätundersökningar (Thomsson 2010, s. 29). Men då svarsfrekvensen på enkätundersökningen var så låg bestämde vi oss för att kontakta några av de företag som vi skickat enkäterna till för att fråga om vi fick intervjua dem över telefon istället. Tre av de som besvarat enkäterna tackade ja till att vidareutveckla sina enkätsvar via en telefonintervju medan övriga tackade nej.

För att utöka undersökningen behövde vi fler företag som vi kunde skicka en förfrågan om en telefonintervju till. De företagen valdes ut genom att vi återgick till hemsidan www.allabolag.se och slumpmässigt lottade fram företag som uppfyllde våra kriterier från alla branscher i Sverige oberoende på hur stor branschen var. Vi beslutade oss också för att göra ett fåtal av intervjuerna på plats hos företagen för att se om ett personligt möte i informanternas naturliga miljö kunde ge mer utvecklande svar. Vi kontaktade ca 50 företag utöver de som vi redan tillfrågat och fick till stånd fyra besöksintervjuer samt 18 telefonintervjuer (med de tre företagen som gick med på att utveckla sina enkätsvar inräknade). Totalt har vi kontaktat ca 150 företag varav 22 tackade ja till att ställa upp, vilket utgör 33 % av de kontaktade företagen. Bortfallet är således högt.

De företag som svarade på enkäten behövde vi enbart ställa mer fördjupande frågor till, medan de företag som inte svarade på enkäten fick både enkätfrågor och de fördjupande frågorna. Varje telefonintervju eller besök tog mellan 20 – 60 minuter beroende på hur mycket informanterna hade att säga. Vi ville att intervjuerna, vare sig de gjordes per telefon eller vid besök, skulle ha en kvalitativ karaktär. Informantens åsikter gällande studiens valda teman skulle förhoppningsvis kunna lockas fram

genom att låta hen tala fritt samt genom att ställa frågor om vissa beteenden eller aktiviteter (Troost 2010, s. 53).

Vår intention med intervjuerna var att hålla dem i låg grad standardiserade, men detta visade sig vara svårt och intervjuerna blev inte på det sätt som vi först hade planerat. Arkivering verkar inte vara ett ämne som företag funderar själva över i särskilt hög grad och det krävdes att vi styrde intervjuerna mer än vi planerat. Vi fick omformulera många av frågorna samt ställa flera följdfrågor för att få utvecklade svar. Vi varierade oss i hur vi intervjuade, vilket språkbruk vi använde och i vilken ordning frågorna kom, men med en fast styrande hand för att föra samtalet framåt. Vi upplever ändå att vi hade en följsamhet i intervjuerna och vi försökte skapa en lugn och vänlig atmosfär som en slags solidarisk intervjuteknik, något som bland annat förespråkas av Troost (2010, s. 39, 71, 92).

4.1.5 Hur materialet har analyserats

När det handlar om att analysera ett kvalitativt insamlat material finns det inga förutbestämda tekniker eller regler över hur det skall gå till om man jämför med hur det inom kvantitativa studier finns en uppsättning regler som inkluderar att använda datorprogram som tar fram tabeller och dylikt. I kvalitativa undersökningar handlar det snarare om att använda sig av kreativitet när det gäller analysen av ett material som ofta insamlats genom mänsklig interaktion och resultatet kan därför bli mer oförutsägbart. Vid sammanställningen av materialet är det viktigt att det läses igenom noggrant ett flertal gånger så att forskaren "lär känna det". Även själva intervjusituationen bör noggrant tänkas igenom, exempelvis gällande vilka sinnes- och stämningsintryck som den ingav (Troost 2010, s. 147). Vår uppgift som forskare är att försöka återge den verklighet som informanterna beskrivit för oss, men genom att vi sedan analyserar den informationen blir analysen en representation av hur vi *tillsammans* med informanterna konstruerar en verklighet (Ryen 2004, s. 102). De fullständiga enkätsvaren mottog vi i en digital sammanställning från www.surveymonkey.se. Under telefonintervjuerna förde vi anteckningar och vid besöken gjordes ljudupptagningar som sedan transkriberades ordagrant. Alla svaren skrevs sedan ut på papper och sammanställdes till en text. Redan under insamlingsprocessen hade vi börjat ana likheter och variationer bland informanternas svar och vi diskuterade troliga analyser och skrev anteckningar om våra upplevelser som insamlare. Troost (2010, s. 148) beskriver att det vid insamling av kvalitativt material sker mer eller mindre automatiska tolkningar under hela processen, något som vi varit medvetna om under arbetets gång.

Vid kvalitativa intervjuer söker man ofta efter tanke- och beteendemönster. De som upptäcks blir analytiska kategorier (Troost 2010, s. 151). Efter att vi läst igenom vårt insamlade material började vi sammanföra och strukturera upp alla svaren under varje temaområde och frågeställning. Genom denna sammanställning kunde vi jämföra vad informanterna svarat och hitta gemensamma nämnare och variationer, det vill säga mönster, i svaren och därmed möjliggöra en konstruktion av analytiska kategorier. Därefter kunde vi börja tolka och analysera resultatet utifrån valda teorier. Genom nyinstitutionell teori och historiemedvetande har vi funnit nyckelbegrepp som vi både format våra frågor efter och som vi sedan använt som verktyg för att färdigställa vår analys.

Vi har valt att ha med citat från informanterna för att eftersträva en så rättvisande redovisning som möjligt och inte bara en tolkande sammanfattning (Kylén 1994, s. 68). Det är både citat som får symbolisera ett helhetsintryck av vad majoriteten svarat men också citat som urskiljer sig från vad övriga informanter svarat.

4.1.6 Forskningsetiska frågor

Vårt forskningsämne är kanske inte något som vanligtvis uppfattas som ett ”känsligt” ämne men som utomstående är det inte vi som avgör om så är fallet. Därför meddelade vi informanterna, både via enkäten och under intervjutillfällena, att det som de berättade skulle komma att anonymiseras i resultatet vilket är brukligt i samband med kvalitativa studier (Trost 2010, s. 130). Svaren från enkäterna och intervjuerna presenteras inte enskilt, de används istället som gemensamma beskrivningar av generella beteenden eller erfarenheter (Thomsson 2010, s. 28). Detta innebär att det kommer bli svårt för någon annan än informanten själv att förstå vem som uppgivit informationen vi återger i presentationen av resultatet. Vår sammanställning skall visa de undersökta företagen som en helhet och inte belysa något specifikt fall.

Något vi diskuterat mycket när det gäller att samla in data från individer är själva bemötandet av informanterna. Det finns flera faktorer att ta hänsyn till vid intervjusammanhang: exempelvis relationen och dynamiken mellan den som intervjuar och den som intervjuas, skillnaden det innebär om det är en eller två som intervjuar, var intervjun äger rum och så vidare. Vi hade i förväg informerat om syftet med vår undersökning per telefon eller via mail så att informanten skulle veta förutsättningarna bakom intervjun (Kylén 1994, s. 44). Vi var medvetna om att informanterna skulle kunna vara ointresserade av det ämne vi ville diskutera och att de skulle kunna uppleva det som att vi, i egenskap av studenter inom arkivvetenskap, skulle värdera deras arkivering eller icke arkivering kritiskt. Men genom att sätta sig in i informantens situation och visa förståelse för vad hen säger eller tycker oavsett egna personliga åsikter kan forskaren på så sätt visa solidaritet (Trost 2010, ss. 92-93). Vi gjorde det som fanns i vår makt för att anpassa oss efter varje intervjus förutsättningar och för att skapa en god och vänlig stämning, oavsett om intervjuerna skedde per telefon eller vid besök.

En problematik uppstod när vi insåg att vår första metod för att samla in data, enkätundersökningen, inte fungerade som önskat. Vi var då som sagt tvungna att ändra metod och istället anordna telefonintervjuer och även besöksintervjuer. Detta ledde till att vi till slut hade data från tre olika insamlingsmetoder att analysera. Att informanterna som svarade på enkäterna skrev ned svaren själva, att vi förde anteckningar vid telefonintervjuerna och tog ljudupptagningar vid intervjumötena påverkar självklart den insamlade datan på olika sätt. Vi kan ha missat nyanser i intervjuerna över telefon, svaren på enkäterna är mer kortfattade än de som vi fick i intervjuerna och vi kan omedvetet ha påverkat de informanter vi besökte på olika vis. Trots att vi är medvetna om att dessa insamlingsmetoder skiljer sig åt på flera sätt har vi ändå valt att sammanställa allt vårt material utan att ta hänsyn till dessa faktorer. Anledningen är att vi inte anser att de olika insamlingsmetoderna har påverkat själva resultatet nämnvärt.

5 Presentation av resultat

I vår undersökning lät vi slumpen avgöra vilka som skulle bli informanter, förutsatt att de matchade våra kriterier. Som vi tidigare redogjort för lottade vi fram företag att kontakta via hemsidan www.allabolag.se. Resultatet av denna lottning blev att vi fick informanter från företag som är verksamma inom flera olika branscher, som exempelvis *bygg-, design- och inredningsverksamhet, jordbruk, skogsbruk, jakt & fiske, livsmedelsframställning, partihandel och tillverkning och industri*. Företagen är geografiskt placerade i tolv av Sveriges landskap, dock med en viss centrering kring Götaland till följd av att det var där som flest informanter tackade ja till att ställa upp samt även för att möjliggöra för oss att kunna göra besök.

Enkät- och intervjufrågorna utformades efter forskningsproblemen och nyckelbegreppen från våra teorier för att få svar på frågeställningarna. I presentationen av materialet har vi sammanställt de svar vi fick under fyra temaområden, vilka var desamma som temaområdena i intervjuerna/enkäterna. Under temat "Om företaget och informanten" handlade frågorna om företagets ålder, antal anställda, personalomsättning samt om informantens ålder, position och utbildning. De frågorna ställde vi för att skapa en förståelse samt för att skapa en grund för mer ingående frågor om verksamhetens hantering av och agerande kring arkivering och historia. Det andra temat, "Arkivering", tog upp frågor som handlade om just företagets arkivering: om de anser att de arkiverar, vad som arkiveras och bevaras, hur det går till samt hur traditioner och utveckling ser och har sett ut inom området. Vi frågade även för vem företagen arkiverar, eftersom vi ville se om företagen har blivit kontaktade av forskare eller övriga intresserade och om de i så fall anpassat sin arkivering efter detta. "Icke arkivering" var ett temaområde med frågor som ställdes till företag som uppgett att de inte arkiverar. Det utgörs av ett antal frågor om varför företagen inte arkiverar, om det finns någon särskild anledning till det och om det finns något som skulle kunna få dem att börja arkivera. Sista temat, "Historiemedvetande", tar upp frågor gällande hur de anställda på företaget talar om sin historia, hur historien möjligtvis används i marknadsföring och vad företagets historia kan göra för dess status i samhället.

5.1 Allmänt om företagen och informanterna

De undersökta företagen har en bred åldersskillnad, något som vi varit medvetna om när vi valt ut dem. Åren för företagets grundande har en spännvidd mellan 1891 och 1998. Informanterna uppgav att företagen har mellan 10 och 200 anställda och att de alla är aktiebolag. Av de 22 undersökta företagen är tio familjeägda, vilket är en struktur som behållits över flera generationer. De flesta av företagen har genomgått strukturella förändringar så som ägarbyten, förändring av produktion, expansion samt byte av lokaler. Till de största förändringarna hör att ett företag startat dotterbolag både i Sverige och utomlands, ett företag uppgav att de tidigare varit en del av en utländsk koncern men numera är svenskt och privatägt samt att ett antal företag uppgav att de bytt inriktning gällande sin produktion eller sina tjänster. Fem företag

berättade att det inte skett några större förändringar av deras struktur utan att den sett ut på ungefär samma sätt under företagets hela levnadstid.

Vi frågade företagen om deras personalomsättning då vi ville se huruvida nya anställda innebär förändrade traditioner gällande dokumenthantering eller ej. Enbart ett företag uppgav att de har hög omsättning på personal och de övriga tillfrågade sade att de har en låg omsättning där personalen jobbat länge, i några fall upp till 40 år.

Det är en av fördelarna med att finnas på en liten ort - folk jobbar kvar länge.

Informant nummer 8

Företagen fick själva bestämma vem som var mest kapabel till att besvara våra frågor. Informanterna hade vid tidpunkten för studiens genomförande olika positioner på företagen men majoriteten av de som intervjuades var VD:ar. Övriga informanter har andra styrande positioner inom teknik, ekonomi och marknad. Informanterna bestod av både män och kvinnor och deras ålder varierade mellan 32 och 67 år. Merparten av informanterna har en utbildning som passar deras yrkesroll, så som ingenjörutbildning eller ekonomutbildning. Tre informanter uppgav att de antingen har gått en managementutbildning eller en ledarskapsutbildning som inneburit att de fått kännedom om dokumenthantering som underlättar vid arkivering. Resterande informanter har inte gått någon särskild kurs eller utbildning gällande dokumenthantering och anser istället att de lärt sig av erfarenhet.

5.2 Arkivering

Av de tillfrågade företagen uppgav 20 att de arkiverar medan två menar att de inte arkiverar. Bland de informanter som svarade ja på frågan nämnde samtliga att de arkiverar det som de enligt lag eller avtal är skyldiga att spara och merparten av informanterna beskrev att detta material sedan slängs när tidsgränsen för hur länge det skall sparas har passerats. Utöver de lagstyrda dokumenten var det också vanligt att företagen sparade projektrelaterade dokument, offerter, kontrakt, kontaktuppgifter eller övriga handlingar som har med affärsverksamheten att göra. Ett fåtal av informanterna uppgav även att de sparar material som har ett mer nostalgiskt värde, så som fotografier, tidningsurklipp och äldre produkter. Ett av de äldsta företagen berättade också att de har ett eget litet museum i sina lokaler. Där finns många bilder och fotografier upphängda på väggarna och där har de även ställt ut produkter som de tillverkat genom tiderna.

En av informanterna vi besökte nämnde i samband med intervjun att hen borde be sin pappa, tidigare VD men som nyligen blivit pensionär, samt övriga anställda som jobbat länge på företaget att sortera och organisera de nostalgiska handlingar som sparats genom åren. De handlingar som informanten sparats förvarades i en så kallad brudkista på företagets övervåning. Vid en rundtur visade det sig att korridoren där denna brudkista fanns nästan var utformad som ett mindre museum. Där fanns produkter företaget tillverkat eller köpt in vilka samsades med nostalgiska föremål som sparats i samband med lokalbyten. Där förvarades även mer pappersrelaterade handlingar som exempelvis fotoalbum.

5.2.1 Digitala handlingar

Då vi främst undersökt traditioner gällande arkivering i största allmänhet så lade vi inte någon större vikt vid att ställa fördjupande frågor kring företagens digitala system – frågor som annars är högst aktuella idag. Naturligtvis kom digitalt bevarande på tal eftersom företagen berättade hur de sparade sina dokument. Vi passade då på att fråga extra kring backuprutiner, om informanterna lagrade sin information på server eller i molntjänst och om de hade någon utformad rutin för hur det digitala materialet skulle hanteras. Ett företag, som också är det yngsta i studien, uppgav att de enbart har digitala handlingar medan två andra företag uppgav att de i nuläget enbart har fysiska handlingar. Övriga företag berättar att de har både fysiska och digitala handlingar, något som inte alla ansåg vara en bra lösning:

Det är en del elektronisk fakturering men det är fortfarande mycket papper. Vi står med en fot i varje land och det är inte bra tycker jag, vill inte ha det så riktigt. Men utvecklingen går långsamt och många kunder vill ha papper och så. Alla gör olika.

Informant nummer 9

Att lagra sina digitala handlingar på egna servrar eller i molntjänster tycktes båda vara lika vanligt förekommande bland de företag som menade att de arkiverar digitalt. En informant uttryckte dock en viss oro kring just molnet och dess funktioner:

Det är mycket suspekt det där med moln. Det är ingen som riktigt kan förklara hur det hänger ihop, var det finns och vem som egentligen kan se på vad och hur. Det är lite skumt men man får ju lita på de stora aktörerna. Det är märkligt att det fungerar men det är bättre att ha det här än innan då vi hade lokala servrar som var dyra i drift och inte speciellt säkra egentligen. Molnet är bättre.

Informant nummer 20

Vem som ansvarade för serverna varierade från företag till företag. Somliga informanter har låtit hyra in sig i serverhallar och därmed överlåtit allt ansvar till de som jobbar där. De kunde därför inte svara på följdfrågor gällande hur exempelvis backuprutiner såg ut. Andra berättade att de hade sina servrar i de egna lokalerna men vetskapen om hur exempelvis backuprutiner såg ut tycktes dock variera mellan de olika informanterna. Detta beror säkerligen på företagets storlek och om de har anställda IT-tekniker eller om de har en liten skara personal där samma person är ansvarig för flera områden:

Vi sparar de digitala dokumenten lika länge som bokföringslagen säger att vi ska spara de fysiska. Vi har två backupmaskiner för de digitala dokumenten. En som utför backup dagligen och en som utför backup veckovis.

Informant nummer 19

Det kommer bli mer elektroniskt från och med nästa år. Vi gör backup på hela affärssystemet för att ta fram information när den behövs men jag vet inte riktigt hur backuprutinen ser ut. Det vi har elektroniskt finns på kopieringsservrar och merparten av dem finns hos en IT-leverantör.

Informant nummer 12

5.2.2 Arkivinstitution eller egna lokaler?

Samtliga företag som uppgav att de arkiverar berättade att de inte hyr någon plats på en arkivinstitution. Detta var heller inte något som intresserade majoriteten av informanterna. En informant uppgav dock att hen gått till det lokala kommunarkivet och frågat om de kan tänka sig ta emot företagets äldre material men nekades på grund av den platsbrist som råder på kommunarkivet. Informanten funderade på att istället slänga materialet då även företaget i fråga har platsbrist, men berättade samtidigt att hen kände ett ansvar gentemot sina företrädare att bevara det material som de så omsorgsfullt sparade i decennier. Informanterna förvarar alla sina handlingar på olika sätt. Några av dem uppgav att de har säkra arkivrum medan andra förvarade sitt material i pärmar i egna hyllsystem, i kassaskåp eller i kartonger i förråd. Andra sparade enbart sina handlingar digitalt på servrar eller i molntjänster.

5.2.3 För vem arkiverar företaget?

På frågan för vem företagen arkiverar uppgav alla att de i första hand arkiverar för sig själva och för kunderna. Vissa företag har i sina avtal med kunderna skrivit att de måste spara handlingar under en viss tid. En annan anledning var också att man vill ha en "access till sin historia" (informant nummer 9) så att man i framtiden skall kunna gå tillbaka till denna om exempelvis produktionsrelaterade frågor uppstår. Även handlingar i form av ritningar sparas ifall de kan behövas för framtida projekt. Informanterna tycks inte ha reflekterat så mycket över att deras arkiv kan vara intressant för forskare eller övriga samhället, nu eller i framtiden. Ett företag uppgav att det händer att de blir kontaktade av forskare som vill besöka deras arkiv eller av andra som är intresserade av deras produktion. Detta företag berättade att de bevarar sina äldre produkter eftersom de insett att det finns ett stort värde i det, särskilt då flera intresserade frågar om dem men även för att företaget i samband med jubileer ger ut "limited editions" av de produkterna.

Ytterligare ett företag berättade att de har många besökare som får guidade turer i företagets lokaler. Orsaken till detta är att många är intresserade av det ursprungliga företaget som utgjorde grunden till det nuvarande. Övriga företag menar att de inte blivit kontaktade av forskare eller andra intresserade. Ett stort antal av informanterna anser att deras material inte är intressant för någon annan än de själva. De tycker inte heller att det finns något värde i att spara äldre handlingar som inte längre tjänar något affärssyfte.

5.2.4 Förändrad attityd

Företagen fick en fråga om huruvida deras attityd kring arkivering förändrats under den senaste tiden, till exempel på grund av att företaget genomgått en större strukturell förändring. Hälften av informanterna som uppgett att företaget genomgått en sådan förändring menar att deras attityd inte har förändrats utan är den samma som tidigare. Två företag berättade att de slängde väldigt mycket material i samband med denna förändring, som ofta hade att göra med ägarbyten:

Har det ändrats något så är det att intresset för att bevara har minskat något med den nya ägaren. Den tidigare ägaren var den som startade företaget och var mer benägen att bevara, kanske av naturliga skäl.

Informant nummer 10

5.2.5 Gallring

Den gallring som sker bland företagens arkivmaterial styrs främst av lagarna. De flesta slänger arkiverade handlingar efter 7 eller 10 år. De uppger också att de gör sig av med övriga handlingar, oavsett ålder, när de inte längre behövs till driften av verksamheten. Förutom lagen och avtal med kunder så tycks inte informanterna följa några andra specifika rutiner kring när, eller om, deras handlingar skall kastas:

Det är en slimmad organisation. Vi sparar det som behövs och som lagen säger. På grund av tid, ekonomi och plats sparar vi inte mer.

Informant nummer 10

Gällande gallring så berättade även några av företagen att de helt enkelt resonerar sig fram till vad som skall sparas eller inte. Sådant som rör stora händelser eller som de uppfattar som milstolpar i företagens liv är något som de är måna om att spara. Gallring tycks, utöver lagarna, också styras av både personliga och affärsmissiga intressen.

5.2.6 Outtalade regler och traditioner kring arkivering

På frågan gällande om företagen följer några andra regler eller traditioner kring sin arkivering så uppgav majoriteten av de tillfrågade att de arkiverar på samma sätt som de alltid gjort. Ett antal av informanterna berättade att de alltid kunnat följa samma spår eftersom företaget är ett familjeföretag och att deras arkiveringstraditioner då förts vidare över flera generationer.

En informant från ett av de äldsta företagen som deltagit i vår studie uppgav att de sparade såpass mycket material, både lagbundet och övrigt, eftersom de inte ville bryta den tradition som tar sig uttryck i att företaget alltid har sparat. Informanten menade även en aning skämtsamt att ytterligare en anledning till att de sparade mycket var att det var så människor i allmänhet gjorde i den stad där företaget finns:

Det ligger lite i folks natur här i [stad] att de ska spara på allt.

Informant nummer 12

Vi fick även vid flertalet intervju tillfällen berättat för oss att ägarbyten kunde innebära att mindre blir sparat idag eftersom nuvarande ledning anser att föregångaren sparade för mycket. Gällande både vanliga ägarbyten samt ägarbyten inom familjen så uppgav flera informanter att deras föregångare sparat mer än vad som sparas i nuläget.

Det fanns också informanter som inte hade tänkt på om de följde några övriga regler eller traditioner gällande vad som sparades eftersom arkivet helt enkelt inte är något

som prioriteras. Ett stort antal av de tillfrågade tycks tänka i liknande banor som den informant vilken citeras nedan:

Vi följer bara lagen, har inga egna traditioner. Inga egna krav på oss att dokumentera, men det är klart att det ligger lite skräp kvar som någon sparat för att det var skoj. [...] Det är ingen strategi i det alls, inte det minsta, nej, nej. [...] Behöver man inte arkivera så gör man inte det. Det är inte prio ett.

Informant nummer 20

5.2.7 Arkivering - något som diskuteras med andra företag?

Vi ställde en fråga angående om informanterna hade haft någon kontakt med andra företag gällande arkivering och dokumenthantering eftersom vi ville undersöka om företagen påverkar varandra till att bli mer lika, eller isomorfa. Inga av de undersökta företagen uppgav att de har diskuterat arkivering och dokumenthantering med något annat företag. De berättade dock att de är medlemmar i olika branschorganisationer där mer verksamhetsrelaterade frågor diskuteras:

Vi pratar inte om bevarande. Vi är ett litet företag och man kan ju säga att våra lösningar här har vi ju själva hittat på. [...] Men det är klart, har du ett stort företag kan det ju behövas lite bättre ordning.

Informant nummer 20

Flera av informanterna menar dock att de fått erfarenhet av arkivering och dokumenthantering från tidigare arbetslivserfarenheter och att de sedan tagit med sig denna kunskap till nuvarande arbetsplats. En informant berättade:

Vi som jobbar med dokumenten här kommer båda från en revisionsbyrå och har tagit med oss de rutiner som fanns där.

Informant nummer 7

En annan informant uppgav även att de i samband med att de köpt upp en annan verksamhet ställdes inför nya traditioner gällande dokumenthantering, vilket kom att påverka den fortsatta verksamheten:

När vi började i [stad] så köpte vi liksom upp den verksamhet efter [namn] när de lade ner. De var otroligt strukturerade och det blev lite av en kulturkrock! Så vi har fått mötas halvvägs på många bitar där.

Informant nummer 8

5.2.8 Köp av arkivtjänster

Idag blir det allt vanligare att arkivinstitutioner säljer tjänster rörande dokumenthantering och arkivering till företag. Detta kan exempelvis ske i form av att en arkivarie åker till företaget och väljer ut historiskt värdefullt material som sedan skall arkiveras på den arkivinstitution företaget hyr in sig på.¹ Företagen kan också köpa program och dokumenthanteringsmallar av utomstående organisationer för att

¹ Per-Ola Karlsson Arkivchef Centrum för Näringslivshistoria, telefonsamtal den 4 februari 2016.

använda i sitt dagliga arbete med digitala handlingar. Vi frågade därför om informanterna fått något sådant erbjudande. Inget av företagen har blivit erbjudna någon sådan tjänst från en arkivinstitution men däremot uppgav en informant att de ofta blivit uppringda av försäljare som velat sälja dokumenthanteringsmallar. Fem av de tillfrågade tyckte dock att sådana tjänster skulle vara av intresse för dem, särskilt eftersom de befinner sig mitt i en övergång från fysiska till digitala dokument. Tio av de tillfrågade sa rakt ut att de inte är intresserade av sådana tjänster:

Nej, det skulle inte vara intressant. Vi gör det själva. Ingen annan skulle kunna göra våra program. Vi är de som vet vad som skall sparas och slängas!

Informant nummer 15

5.2.9 Omvärldens påverkan

Vi ställde också en fråga angående omvärldens påverkan på företaget eftersom vi är intresserade om dagens informationssamhälle, krav på öppenhet samt samhällets intresse för historia påverkar företagets sätt att spara sina handlingar och se på sin historia. Ett stort antal av informanterna har inte upplevt några nya krav från omvärlden som de känt att de måste anpassa sig till:

Nej. Jag upplever inte att vi har en press på oss att leverera något informativt.

Informant nummer 9

Ett företag uppgav att de inte tänkt på omvärldens påverkan för de tycker inte att deras material är något som kan vara av värde för utomstående. Ytterligare ett företag menade att de tillhör en konservativ bransch och att de därför inte känner att de måste genomgå några förändringar.

Några av de tillfrågade menar dock att de anpassar sig genom att vara mer aktiva på sina hemsidor och på sociala medier så som Facebook. Att bli mer aktiva i kommunikationen med sina kunder, bland annat i form av att tillgängliggöra information om tidigare projekt eller information om hur kunderna kan använda produkterna som de köpt, är något som tycks vara av stor vikt för ett antal av informanterna. Genom detta hoppas man att företaget skall bli mer lättillgängligt och få en ökad transparens. Två företag som båda säljer olika produkter satsar på att göra all information om sina produkter tillgänglig online. De ansåg även att det är väsentligt att göra sina hemsidor "mobilvänliga" så att kunderna skall kunna titta på hemsidan via sina mobiltelefoner.

Ytterligare krav som några av informanterna upplevde styrde dem var ISO-certifieringar.² En informant nämner att ISO-certifieringen bland annat inneburit nya krav för deras digitala backuprutiner och att det haft till följd att företaget nu blivit bättre på att jobba i digital miljö än i "pärmmiljö". Hen menar även att kunderna känner sig tryggare av att veta att företaget är ISO-certifierat. Det medför många grundläggande krav på hur man exempelvis säkerställer ritningsunderlag, rutiner för

² ISO står för International Organization for Standardization. Det är en självständig, icke-statlig, internationell organisation där de 161 medlemmarna för samman expertis, delar kunskap och utvecklar för marknaden relevanta standarder vilka stöttar innovation och tillhandahåller lösningar på globala utmaningar. ISO har sedan starten 1946 publicerat mer än 19000 internationella standarder (ISO 2016).

fakturering och lagefterlevnad i största allmänhet. ISO-certifieringen innebär stora kostnader men det är ett krav som informanten upplevde som nödvändigt eftersom det underlättar när företaget skall granskas av exempelvis revisor. ISO har även hjälpt till rent kunskapsmässigt då företagen lättare vet vilka rutiner de måste jobba efter.

5.3 Icke arkivering

På temat icke arkivering hade vi med två frågor som vi även ställde till de som svarade att de arkiverar. De frågorna använde vi som följdfrågor med anledning av att de kunde hjälpa till att ge mer fördjupade svar på frågor som annars var lätta att besvara med bara ja eller nej. Följdfrågorna handlade om varför de valt att inte arkivera samt om de av särskilda skäl ändå bevarade något. Den senare frågan tyckte vi var nödvändig att ställa för att vidga informantens tankesätt kring vad de sparar. Vi ville undersöka om företagen sparar något utan att själva ha reflekterat så mycket över det.

Av de två företag som uppgav att de inte arkiverade visade det sig senare att den ena ändå gjorde det i någon form. Båda uppgav dock att de ändå bevarar särskilt material så som personalakter, arbetsmiljöundersökningar och protokoll. Ett av företagen påpekade att de har ett särskilt arkivrum för sina handlingar. De här två företagen var några av de informanter som svarat på enkäten. Vi tror att vi brustit i informationsförmedlingen och att de två företagen missförstått vår enkät, eftersom de svarade att de inte arkiverar samtidigt som de berättar att de visst arkiverar. Många av företagen i undersökningen menade att anledningen till att de inte arkiverade mer var brist på utrymme, tidsbrist, för höga kostnader samt miljötänk: "Vi vill inte slösa på papper" (informant nummer 5). De ansåg även att arkivering helt enkelt aldrig varit aktuellt för dem.

Merparten av informanterna, både de som svarat att de arkiverar och de som svarat att de inte arkiverar, uppgav att de visst bevarar mer material utöver det som krävs för att verksamhetens drift skall fungera. Detta sker dock slumpmässigt och oorganiserat utan särskilda rutiner. Det är därför osäkert om materialet kommer finnas kvar i framtiden eftersom det inte blivit sparad i någon kontext eller på ett strukturerat sätt. Informanterna anser att det är material som bevaras mest på grund av sitt nostalgiska och roliga värde men att det inte ges någon större innebörd än så. De flesta av företagen har således inte tänkt på att deras historiska material skulle kunna organiseras och arkiveras för framtiden och det är först när vi ställt följdfrågor som de nämner att någon på företaget sparar nostalgiskt material.

5.4 Företagens syn på sin historia

Vi är intresserade om företagens historia påverkar dem i deras dagliga verksamhet och om de använder sig av den i marknadsföringssyfte. Både de företag som svarade att de arkiverar och de som svarade att de inte arkiverar fick frågor angående deras historiemedvetande.

5.4.1 Samtal om företagets historia på arbetsplatsen

Av de tillfrågade företagen svarade ett fåtal att de inte pratar om sin historia i någon större utsträckning på arbetsplatsen. Anledningen de ger till detta är för att de helt enkelt fokuserar framåt. De poängterade dock att de ibland talar om tidigare erfarenheter för att dra lärdom av dem. Några informanter berättade att de talar om sin historia i samband med jubileer och vid nyanställningar, men inte så mycket utöver det. En informant, grundaren till ett av de yngre företagen i studien, menade att hen gärna vill prata om företagets historia men att de övriga anställda är "unga och hungriga" och är inte intresserade av det. De vill snarare blicka framåt än se tillbaka. Informanten menar även att de känslor och tankar som finns kring företagets historia är högst privata och något som hen vill hålla för sig själv. Informanten berättade att hen skulle kunna fylla hela sin källare med gammalt material av nostalgiskt värde men ser ingen poäng med det. En annan informant anser inte att man skall se tillbaka så mycket på vad som hänt förr. Under årens lopp har mycket förändrats och utvecklats inom företaget, både inom deras produktion och gällande sätt att arbeta, så de ser ingen vits med att tänka på hur det var tidigare:

Hur man gjorde förr existerar inte. Det är nytt material, ett helt nytt tänk. Det gamla sättet att tänka på finns inte mer.

Informant nummer 18

Majoriteten av de tillfrågade svarade dock att de talar ganska regelbundet om sin historia av olika skäl. Även här är ett skäl att ny personal anställts och till ytterligare skäl hör att man vill hålla sig uppdaterad kring det som har skett under företagets livstid. De vill reflektera över det förflutna, tala om vad som har hänt och dra lärdom av det. En informant berättar att deras företag ännu är relativt ungt men i en bransch som är liten och anser därför att just deras historia är av stor betydelse. Företaget känner att det är de som ensamma står för fakta och information om just sin bransch. De tycker därför att det är viktigt att tala mycket om hur det gick till när företaget startades och dokumentera exempelvis på vilket sätt företaget påverkar miljön så att framtida generationer skall kunna ta del av den informationen:

Vi pratar om historia nästan varje dag. Historia har en väldigt stor del i den interna och externa företagskulturen.

Informant nummer 12

Övriga anledningar till att informanterna talar om sin historia är att många av de undersökta företagen är familjeföretag där det finns flera generationer som arbetar tillsammans. Historien får på så sätt ett större utrymme. Många företag talar även mycket om företagets historia på personalmöten, kundmöten och vid kontakt med media. Informanterna berättar att de då gärna tar upp att företaget funnits i många år och att det växt och klarat sig genom olika förändringar och kriser. De använder historia för att skapa stolthet bland personalen och för att bygga självförtroende.

Det framkom även att företag behöver sin historia för att kunna genomföra sina affärer. En informant berättade även att de behöver sin historia för att klara den dagliga verksamheten. Företaget bedriver skogsbruk och berättar att det som de skördar idag lade man grund till för 100 år sedan och det som de planterar nu kommer

skördas om 100 år. Ett annat företag ansåg också att historien var ett viktigt verktyg de kunde använda i samband med att de kontaktade nya kunder.

5.4.2 Användandet av historia i marknadsföring

På frågan gällande huruvida företagen använder sig av sin historia i marknadsföringssyfte svarade fem informanter att de inte ägnade sig åt sådant medan 17 svarade ja. Bland ett av de företag som svarade nej var anledningen till att de inte använde sig av marknadsföring överhuvudtaget utan fick sina jobb genom kontakter. Ett par informanter vill hellre betona att det är hur de presterar idag som är väsentligt, att man inte enbart kan leva på "gamla meriter" (informant nummer 15).

Är historien verkligen så relevant att man måste föra fram den i marknadsföringssyfte? Andra saker är viktigare att framhäva! Det är viktigare att vara uppdaterad gällande det som händer nu, än gällande det som hände då.

Informant nummer 9

Bland de som svarade ja ansåg majoriteten att företagets ålder var av yttersta vikt i samband med marknadsföring och kundkontakt. Detta ansåg särskilt ett av de äldsta företagen som med sina 125 år bakom sig använde termer som tradition och kvalitet i samband med sin marknadsföring. Åldern kopplas ihop med historia, inger ett förtroende och utgör ett bevis för att företaget är seriöst och bra på det man gör.

Historien spelar ju också roll för nya relationer eftersom företagets ålder innebär att kunden kan se att man funnits med länge och hur det gått för företaget genom åren. Man får skryta med det man har.

Informant nummer 19

Andra sätt att använda sig av sin historia kan vara att använda den till att visa att man exempelvis varit först med det man gör, visa att företaget funnits länge på orten eller i samband med att företaget letar uppdrag eller nätverkar. Ett företag berättar att man på senare tid börjat marknadsföra sig med hjälp av sin historia eftersom de anser att det ligger i tiden:

Vi har börjat använda oss mer av marknadsföring genom historia på senare år i samband med att företaget började expandera. Det ligger i tiden att marknadsföra sig på det här sättet. Det finns ett allmänt intresse och vi vill visa att det finns människor bakom företaget. Vi vill jobba mer med det personliga eftersom det känns viktigt för mindre företag då de större företagen ofta är opersonliga.

Informant nummer 7

5.4.3 Historia skapar legitimitet

På frågan gällande huruvida historia ger legitimitet svarade samtliga informanter ja oavsett hur lång tid företagen varit verksamma. Det framkommer av svaren att företagen kopplar ihop historia med ålder och anser att åldern är viktig för att kunna skapa legitimitet, även om flera informanter diskuterar vad som är en tillräckligt hög ålder för att den skall börja betyda något.

Vår ålder är alltid närvarande och det borgar för kontinuitet, stabilitet och legitimitet.

Informant nummer 14

Ja. Åren ger oss självklart en legitimitet, men sen frågan är om 40 år eller 100 år gör det. Jag menar, 40 år är ju bättre än två så det är väl så man får se det.

Informant nummer 20

Många företag menar att det tar lång tid att bygga upp ett attraktivt varumärke och att med ålder kommer legitimitet. Åldern inger ett förtroende men flera informanter poängterar samtidigt att de inte kan leva på gamla meriter utan att det är nuet som räknas. Företagen använder sin historia för att visa kunderna att de har en lång bakgrund och mycket kunnande. En hög ålder visar på att företaget lyckats eftersom det inte gått i konkurs, menar en informant.

Det tar tid att bygga upp ett varumärke och självklart är det värdefullt att kunna visa på en längre livstid. Det visar litegrann att vi vet vad vi pratar om.

Informant nummer 10

En annan informant berättade att företaget nyligen anställt en säljare som uppmanas berätta om företagets historia när hen besöker olika kunder. Informanten tror att historia ger legitimitet och en bekräftelse och att säljaren kunde dra nytta av detta i samband med sitt arbete. Informanten tycktes dock inte ha reflekterat så mycket över vad historia kan innebära för företagets legitimitet i någon större utsträckning än så.

Flera av informanterna säger att de inte reflekterat tidigare över vad åldern innebär för deras legitimitet. Under samtalen visar det sig dock att informanterna, utan att ha tänkt på det innan, faktiskt har befast mycket av företagets image i just dess ålder.

6 Analys av resultat

Analysavsnittet är uppdelat i tre delar. Den första delen berättar om informanternas roll inom företagen samt vilka utbildningar de har. Den andra delen fokuserar på det resultat av undersökningen som berör arkivering och ämnar besvara de två första frågorna i vår frågeställning. Den tredje delen berör historiemedvetenhet och ämnar besvara den tredje frågan i vår frågeställning. Alla delarna består av flera underrubriker baserade på våra intervjufrågor och resultat. Vi startar med en kortfattad upprepning av förutsättningarna för utformandet av denna undersökning.

Vi har valt att tolka företagen som institutioner utifrån det perspektiv som många sociologer använder sig av inom nyinstitutionell teori: institution syftar till organiserade och etablerade sätt att handla, så kallade procedurer som ofta ses som samhällets grundläggande regler (Eriksson-Zetterquist 2009, ss. 7-8). Vi ser även företagen som sociala inrättningar bestående av kulturella strukturer, skapade av de som arbetar där (Jönsson, Persson & Sahlin 2011, s. 14). De kulturella strukturerna anser vi ha formats av outtalade regler och traditioner som exempelvis kan ha förts vidare från företagets grundare till nästa ägare, från den som varit anställd under en längre tid till den som är nyanställd. Det är de outtalade reglerna som är av störst intresse för oss att undersöka men för att kunna tyda dem måste vi även se till de regler som är uttalade, så som lagar.

Vi kommer inte att analysera företagen i sin helhet. Procedureerna som är relevanta för vår studie är de som rör arkivering, bevarande samt historiemedvetande, det vill säga hur de procedureerna är institutionaliserade. Övriga verksamheter inom företagen utgörs av flertalet andra procedurer som styrs av andra regler och traditioner. Vi har även valt att bortse från vad företagen arbetar med. Det är självklart en skillnad mellan de som tillverkar produkter och de som säljer tjänster, men alla måste sköta administration och följa samma lagar och förordningar. Företagen som deltagit i undersökningen är alla vinstdrivna och privatägda små och medelstora företag och de är verksamma inom olika bransch kategorier. Alla företagen uppfyller fyra gemensamma kriterier: de har startats innan år 2000, har 10-250 stycken anställda, är verksamma i Sverige och har en omsättning som klassificerar dem som små och medelstora företag.

Anna Christina Ulfspärre (2002, s. 15) menar att en lösning på det problem som okunskapen kring arkiv utgör är att utbilda själva företagsledningen. Majoriteten av de informanter som svarade på våra frågor har styrande eller medstyrande positioner med utbildningar relaterade till ekonomi eller aktuellt branschområde. De anser samtliga att de är tillräckligt kvalificerade för att sköta företagets arkivering även om den kunskap de har om ämnet uppkommit endast genom erfarenhet. Gunilla Widén-Wulff (2001, s. 109) betonar att det är avgörande för ett företag hur företagsledningen ser på och värderar företagets handlingar för hur information sedan skall hanteras och bevaras, då ledningen i mångt och mycket är styrande i hur företagskulturen ser ut. Det här är en faktor som också tydligt visat sig i vår undersökning, där merparten av informanterna följer samma tillvägagångssätt som tidigare ledning gjort kring arkivering. Det visar sig i somliga fall att nuvarande ledning istället gör tvärtom och

ändrar företagets bevarandestruktur helt om de anser att tidigare ledning gjort fel. Därmed skapas nya synsätt och värderingar som förs vidare till nästa generation.

Samtliga av de informanter som deltog i studien hade utbildningar som var lämpliga för det yrke de utövade. Av de 22 informanterna uppgav dock tre att de också fått vidareutbildning där de fick lära sig mer om just dokumenthantering. Enligt Ulfsparre (2002, s. 12) låg det vid tiden kring millennieskiftet ett stort problem i att företag inte hade tillräcklig kunskap om dokumenthantering och arkivering. Ulfsparre ansåg därför att just utbildning skulle fungera som en lösning på problemet.

Under ett samtal med en representant för Centrum för Näringslivshistoria uttrycktes det att Ulfsparres (2002) tankar var logiska för den tiden men att de nu anses vara något förlegade. Idén att utbilda företagets personal inom arkivering kräver resurser i form av pengar och tid från företagen – resurser som små och medelstora företag sällan har. Centrum för Näringslivshistoria menar istället att det som företagen skulle behöva är en arkivarie som besöker dem och hjälper till med dokumenthantering och urval gällande material som är av historiskt intresse. På så sätt blir det rätt från början och företagen får även möjlighet att lämna ifrån sig materialet till en arkivinstitution om de så önskar. För att säkra företagsarkiv för framtiden behöver företagen hjälp, antingen i form av en tjänst eller i form en affärsuppställning, menar man på Centrum för Näringslivshistoria.³

Vi kan genom vår studie se att det bland företagen inte tycks vara aktuellt med vare sig utbildning eller att anlita en arkivarie för att underlätta arkivering och dokumenthantering. Majoriteten av de tillfrågade menade att de lär sig av erfarenhet. En handfull informanter menade även att de inte heller behöver köpa några tjänster av utomstående eftersom de vill utveckla sina dokumenthanteringssystem själva. Endast en informant har haft kontakt med en arkivinstitution, då på eget initiativ. Hälften av informanterna har uttryckt att det inte är av något intresse att skapa någon kontakt. Flera företag förklarar att de själva avgör bäst vad som skall arkiveras eller inte och att ingen utomstående skulle kunna göra det lika bra.

6.1 Företagens uppfattningar om arkivering

I denna del ämnar vi att besvara de två första frågorna i vår frågeställning. Vi väljer att besvara dem tillsammans då svaren går in i varandra på flera sätt:

- Hur och varför bevarar eller arkiverar företag sina handlingar? Uppvisar företagen några likheter gällande bevarande och arkivering och vad beror i så fall dessa likheter på?
- Vilka uttalade och outtalade regler styr deras agerande?

Som tidigare nämnts gjorde vi skillnad mellan begreppen *arkivering* och *bevarande* för att kunna se om företagen medvetet bevarade något särskilt material som skulle kunna hamna i ett arkiv framöver. Med *arkivering* menade vi att företaget enligt bestämda regler sorterat, organiserat och gjort sitt material sökbart, och att det kommer finnas tillgängligt i framtiden. Med *bevarande* syftade vi till att företaget,

³ Per-Ola Karlsson Arkivchef Centrum för Näringslivshistoria, telefonsamtal den 4 februari 2016.

under en viss tid framöver, medvetet valt att spara material, exempelvis av nostalgiska skäl, utan några strikta regleringar gällande vad som sparas eller hur det skall gå till. Vi gjorde även en sådan skillnad för att kunna inkludera undersökningens informanter som svarade att de inte arkiverade. Under studiens genomförande gick dock inte begreppen arkivering och bevarande att separera som vi hade tänkt från början. Vi hade i enkäterna bifogat en redogörelse för hur vi skiljde begreppen åt men denna information tycks inte ha uppmärksammats på det sätt vi önskade. I de intervjuer vi gjort var uppfattningen kring vad som är arkivering starkt sammankopplat med vad som enligt lag och avtal måste arkiveras. Övriga handlingar som sparas av företagen kan inte direkt definieras utifrån några av våra två begrepp, utan verkar till synes mer slumpmässigt "finnas kvar" i företagets lokaler.

Av de tillfrågade företagen svarade 20 att de arkiverar och två att de inte arkiverar men det visade sig dock att även de företag som svarat nej ändå arkiverade i någon form. Vi började därför fundera över hur mycket själva uppfattningen av vad ett arkiv är spelade in när företagen skulle svara på våra frågor och i längden kanske även gällande just vad de arkiverar. Det svenska samhället i stort tycks ha en diffus bild av vad ett arkiv är – ett problem som bland annat arkivpedagogiken sedan 1990-talet jobbat för att motverka (Sjögren & Lundström 2004, s. 12, 91).

Arkivsektorn har, sett ur ett världsomfattande perspektiv, genomgått ett flertal paradigmskiften under de senaste 150 åren. Dessa paradigmskiften har bland annat gällt själva syftet med arkivering, vad ett arkiv kan bidra med till en organisation eller till ett samhälle samt utvecklingen och förändringen av arkivariens roll (Cook 2012). I Sverige har synen på företagsarkiven sett olika ut från 1900-talet fram till idag. Från att under 1900-talets första hälft ha tolkats som en del av Sveriges ekonomiska utveckling (Raab 2012, s. 18), har fokus skiftat till att arkiv ses som en tillgång för den egna organisationen då affärsrelaterade framgångar delvis bygger på en effektiv dokumenthantering (Williams 2014, s. 4). Idag går utvecklingen även allt mer mot att de historiska handlingarna i företagsarkiven används strategiskt, bland annat i samband med marknadsföring (Lasewicz 2015, s. 76).

I vår undersökning blir det tydligt att uppfattningen kring vad arkiv är och används till är oklart för många av informanterna. Begreppet "arkiv" verkar för många av informanterna mer symbolisera besvär - både av den anledningen att det kräver tid och utrymme, men också på grund av okunskapen kring vad arkivering egentligen innebär. Vi upplevde att en stor del av de 150 företag som tackade nej till att ställa upp i undersökningen var ovilligt inställda till att samtala om arkivering.

Arkiv skapas för att kunna organisera och bevara information av, samt kunskap om, olika aktiviteter. Genom att bevara informationsbärarna, det vill säga handlingarna, i deras naturliga kontext och i relation till varandra blir de som följd också autentiska bevis på arkivbildarens processer, utveckling och beslut. Men hur arkivbildare själva ser på sina handlingar är mer en personlig och individuell uppfattning. Utifrån arkivbildarens perspektiv beskriver eller bevisar inte handlingar aktiviteter, utan är snarare en representation av aktiviteter. Handlingar blir en version av en organisations verksamhet som är av socialt organiserad karaktär (Trace 2002, ss. 138-139, 152).

Under intervjuerna uppgav informanterna att de inte producerar några handlingar som är unika eller viktiga för någon annan än dem själva. De hänvisar till att företagen är för småskaliga, för "vanliga" eller verksamma inom en branschkategori som är ointressant för omvärlden att ta del av. Bevarandet av handlingar som inte är nödvändiga för företagets arbetsprocesser, utan istället enbart har ett historiskt eller nostalgiskt värde, ses i många fall som onödigt. Det är "skräp som sparats för att någon annan tyckte det var skoj" (Informant nummer 20). Denna form av bevarande ansågs i många fall så irrelevant att företagen inte ens nämnde det när vi frågade om de sparade något övrigt. Vi fick istället fråga flera gånger innan informanterna insåg att det visst finns något bevarat som är av historiskt eller nostalgiskt värde och som också skulle kunna vara en del av deras arkiv. Här ser vi att företagen tydligt definierar arkiv och sina handlingar som något affärsrelaterat, något som vi kan koppla till Lasewicz (2015) diskussion om att företagsarkiv måste rättfärdiga sin existens. Om informanterna inte ser att deras arkiverade handlingar kan medföra ett ekonomiskt värde, då har det inget värde alls.

6.1.1 Uttalade och outtalade regler styr arkivering och bevaring

Nyinstitutionell teori söker bland annat svar på hur sociala val formas via institutionella sammanhang (Eriksson-Zetterquist 2009, ss. 63-64). Genom att fråga företagen om och hur de arkiverar kan vi urskilja att deras val gällande dokumenthantering främst formas och styrs av uttalade regler som svensk lag samt avtal med kunder gällande vad som skall arkiveras. De här uttalade reglerna tycks i sin tur ha format företagets uppfattning av vad ett arkiv är – en plats för att bevara affärsrelaterade handlingar. Denna uppfattning stämmer också överens med de tankar Borglund och Öberg (2008) för fram gällande hur, samt i vilket syfte, handlingar används inom organisationer. Borglund och Öberg skiljer mellan primärt och sekundärt syfte och menar att de som använder handlingarna i ett primärt syfte är personer som utövar själva arbetsprocesserna handlingarna är till för. Att urskilja vem som använder handlingarna i ett sekundärt syfte var dock svårare, mycket på grund av att i ett sekundärt syfte ges handlingen en annan innebörd än vad den hade från början. Det kan därför vara svårt att förutbestämma vem som skall använda handlingen i ett sekundärt syfte (Borglund & Öberg 2008).

Till handlingar som kan höra hemma i arkiv räknas inte enbart de traditionella, pappersbaserade, handlingarna utan även alla andra informationskällor som kan användas som bevis eller för studier (Buckland 1997, s. 805). Därför kan även produkter eller fotografier ses som handlingar. Bland de företag vi undersökt såg vi att handlingarna användes i både primära och sekundära syften. De primära bestod av arbetsrelaterade aktiviteter och de sekundära syftena bestod främst av att äldre produkter ställdes ut i företagets eget museum eller tillverkades igen som "limited editions". De sekundära syftena kunde dock bara urskiljas i enstaka fall och var starkt kopplade till historiemedvetande och huruvida företagen bevarat något annat material utöver det lagbundna eller avtalsreglerade.

Institutioner har med gemenskap att göra och omfattar en form av överenskommelser mellan flera människor. Överenskommelser yttrar sig i form av olika regler. Reglerna kan vara både synliga och osynliga, tysta och uttalade (Jönsson, Persson & Sahlin 2011, s. 9). Meyer och Rowan argumenterar för att många organisationers strukturer

dramatiskt reflekterar de olika regler som finns inom den institutionella miljön istället för att reflektera de krav som arbetsuppgifterna medför. Som exempel på regler nämns policys, produkter och tjänster. Reglerna behöver inte enbart vara effektiva utan kan användas i större sammanhang som att bidra till stabilitet, legitimitet och en bättre chans att överleva (Meyer & Rowan 1977, s. 340).

De uttalade regler som styrde de undersökta företagens sätt att arkivera är främst lagar och förordningar. Gällande outtalade regler eller traditioner uppgav de flesta av informanterna att de arkiverar på samma sätt som de alltid gjort. En anledning till att de kunnat följa samma traditioner hela tiden är att ungefär hälften av företagen är familjeföretag och att traditionerna förts vidare över flera generationer. Berger och Luckmann (1966) menar att institutionalisering innebär att människan konstruerar en verklighet av vanor som kan framstå som orubblig. De jämför vanorna med djurens instinkter, exempelvis ett svanpar som lägger sina ägg på samma plats varje år, och anser att en sådan institutionalisering kan leda till ett automatiskt och oflekterat handlande. Processer växer fram successivt och kontrollerar och samordnar mänskligt handlande (Berger & Luckmann 1966, ss. 74-75). Åtskilliga informanter tycks inte ha reflekterat över sitt arkiverande då de ju alltid gjort likadant och det fanns också ett antal informanter som hävdade att de enbart följde lagen och inga andra traditioner. Vi kan därmed se att det till största delen råder ett automatiskt, oflekterat handlande gällande arkivering.

Vi kan dock konstatera att det i enstaka fall skedde en medveten förändring gällande de outtalade regler som fanns. Det hände att informanter slängde mer material jämfört med den tidigare ägaren, något som förekom vid ägarbyten som skedde både inom familjen och genom att en utomstående ägare tog över.

6.1.2 Isomorfism

Inom nyinstitutionell teori riktar man fokus på vad det är som gör företag inom samma bransch lika, isomorfa, istället för att lägga vikt vid olikheter. Varför isomorfism är intressant att undersöka är bland annat för att forskare upptäckt att det visat sig vara enklare för företag att göra organisationsförändringar om de kan anknyta dem till mer överordnade idéer och långsiktiga trender i samhället. Det finns alltså ett samband mellan generella idéer och konkreta lokala omorganisationer (Johansson 2009, s. 7). Isomorfism kopplas också till företagens ålder och en central tanke är att i takt med att företaget åldras så blir det också mer fast och mer likt andra företag i samma bransch (DiMaggio & Powell 1983, ss. 147-148). Trots att de undersöka företagen är verksamma inom olika branscher vill vi ändå argumentera för att vi kan analysera dem som att de tillhör samma bransch – nämligen en vinstdriven och privatägd sådan. Vi börjar med att undersöka om informanternas traditioner gällande arkivering liknar varandra, för att senare i kapitlet återkomma till denna tanke och undersöka om företagen uppvisar likheter gällande sitt historiemedvetande. När vi frågade om företagen har någon kontakt eller samarbete med andra företag inom samma branschkategori svarade merparten att de är delaktiga i branschorganisationer men att de diskussioner som förs där sällan, eller snarare aldrig, berör dokumenthantering eller arkivering. Vi kan inte avgöra om det är på grund av ointresse för arkivering, eller om dokumenthantering och arkivering helt enkelt ligger så nära kärnan i organisationen att det anses för privat att prata om med

utomstående. Eftersom samtliga företag i undersökningen berättar att en stor del av deras arkivering är kopplad till det som lagar och myndigheter kräver av dem så blir det övriga bevarandet som aktivitet främst kopplat till personligt intresse, nostalgi eller till något som kan stärka identiteten.

Ulla Eriksson-Zetterquist (2009, s. 19) talar om institutioners uppkomst och den process då institutionaliseringen blir fulländad. De som först skapade institutionen kunde lätt ändra den eftersom den då var ung, mer svag och nästan lekfull. För den person som efterträder institutionens skapare blir dock situationen annorlunda och de aktiviteter som utförs kan då lätt tolkas som självklara istället för att de skulle kunna förändras. Widén-Wulff (2001, ss. 109-110) beskriver också hur ett företags informationshantering förändras under dess livscykel genom att företagen behöver och använder sig av information på olika sätt beroende på vilken fas det befinner sig i. Eriksson-Zetterquist använder situationen med nyanställda på en arbetsplats som exempel för att förklara sina tankar: för den som är ny förefaller det som om det alltid måste gå till på ett visst sätt. I och med att institutionen blivit äldre och att nya personer blivit involverade i dess verksamhet, har den således blivit hårdare och fått en fasthet i sitt medvetande. Institutionen har blivit mer verklig (Eriksson-Zetterquist 2009, s. 19).

Bland majoriteten av de undersökta företagen kan vi gällande arkivering urskilja en isomorfism som yttrar sig i tankegångar om att de alltid gjort på samma sätt och att de följer lagen. De ifrågasatte inte varför utan accepterade att det var så arkiveringen gick till vilket tyder på att institutionaliseringen är något som pågått under en tid och nu blivit fulländad. Vi har tidigare redogjort för DiMaggio och Powells tre faktorer som de anser kan bidra till att isomorfism uppstår: tvingande, mimetiska och normativa (DiMaggio & Powell 1983, s. 150). Den sistnämnda faktorn förknippar vi med ålder och erfarenhet och vi tolkar den som att ju äldre företagen blir desto mer professionella och normativa blir de. Vi menar även att en sådan typ av isomorfism kan kopplas ihop med att institutionen med åldern blir allt mer fast gällande sina uttalade och outtalade regler. Därför anser vi att den isomorfism vi kunnat tyda gällande företagets arkivering kan ha orsakats av den normativa faktorn.

De företag i undersökningen som har förändrat sin syn på bevarande, exempelvis i samband med ägarbyte, anser oftast inte att de förändrat något av betydelse utan mer att de rättat till ett överdrivet sparande som inte ansetts nödvändigt för verksamhetens affärer eller drift. Vi ser därför främst uttalade regler samt avtal med kunder som den största orsaken till företagets likhet gällande arkivering.

Företagen har ingen kontakt med andra företag angående arkivering och dokumenthantering, men i enstaka fall har de tagit med sig kunskap från andra arbetsplatser eller i samband med att de köpt upp ett annat företag som hade andra traditioner. Företagen i vår undersökning liknar varandra ändå på flera punkter, trots att de inte verkar i samma branschkategori eller har någon annan kontakt. Vi vill hävda att det beror på att de är så pass formade av lagar som fungerar som indikatorer för vad som är rätt och nödvändigt att bevara. Vi menar även att vinstintresse och kundrelationer har en stor inverkan på företagets arkivering och dokumenthantering. Flera av informanterna som bevarat handlingar som inte omfattas av de uttalade reglerna agerar som om bevarandet av övrigt material är något onödigt. Kanske beror

det på att de inte har någon uttalad regel som stödjer det, att de agerat utifrån tradition och egenintresse och för att de inte på den punkten gjort som alla andra?

Informanten från ett av de äldsta företagen menade att deras tradition att spara mycket var något de inte ville bryta eftersom de alltid gjort så. Traditionen hade blivit en viktig del av företagets identitet och tack vare den kunde de nu bland annat ha ett eget litet museum. Även det yngsta företaget, vars grundare vi intervjuade, uppvisade nu en fasthet. Vi kan dock se att det rådde en föränderlighet vid företagets start då informanten berättade om hur företaget förändrats från att ha börjat med fysiska handlingar till att senare övergå till i stort sett enbart digitala handlingar.

6.1.3 Legitimitet genom förändring

Legitimitet är ett grundläggande begrepp inom nyinstitutionell teori och ett viktigt redskap när man analyserar företagets relationer med omgivningen. Legitimeringar är viktiga när företag skall reproduceras över tid men också för att försvara särskilda gärningar, exempelvis genom att hävda att de alltid gjort på det här sättet eller att de gör på samma sätt som andra företag (Berger & Luckmann 1966, ss. 74-75). Företag som söker efter legitimitet kan också komma att förändras genom att anpassa sig till de krav som samhället ställer (Eriksson-Zetterqust 2009, ss. 103-104). Den digitala utvecklingen ser vi som ett krav från omvärlden som företagen måste anpassa sig till för att skapa legitimitet. Exempel på andra krav som samhället ställer och som kan kopplas till den digitala utvecklingen är krav på öppenhet och så kallade "24-timmarsmyndigheter". Dessa har till syfte att underlätta för medborgarna som skall kunna sköta ärenden online alla tider på dygnet. Hit räknas också krav på att vårt samlade kulturarv som förvaras på arkiv, bibliotek och museer i demokratins namn skall digitaliseras och göras åtkomlig i alla delar av landet (Kristiansson 2002, s. 195). Då företagets handlingar också kan räknas som en del av kulturarvet undersökte vi därför om de anpassat sig till kraven på öppenhet och att man bör finnas tillgänglig online. Vi ställde även frågor om de blivit kontaktade av allmänhet eller forskare som är intresserade av företagets historia eller handlingar för att se om företagen anpassat sig till att bli mer öppna mot utomstående.

De flesta av företagen uppgav att de inte känt av några krav från omvärlden i form av att forskare tagit kontakt med dem eller att de känner att de måste finnas tillgängliga online. Företagen anser därför inte att de behövt anpassa sig till rådande normer. En informant menade till och med att de tillhör en sådan konservativ bransch så att det är därför de inte behöver förändras. En annan informant tyckte att deras handlingar inte är av intresse för andra än de själva och deras kunder och tvivlade därför på att någon skulle vilja ta del av deras information. Informanterna berättade även att det sällan, eller aldrig, varit någon utomstående hos dem för att ta del av deras handlingar.

Majoriteten av informanterna uppgav att de i dagsläget har både fysiska och digitala handlingar men tycktes inte reflektera över att teknikens utveckling kan ses som ett krav från omvärlden. Vi kan därför i de flesta fall inte se någon medveten förändring gällande digitala handlingar eller ökad öppenhet för att få legitimitet. Vi hävdar dock att dagens tekniska utveckling innebär att företagen, vilka annars uppvisar en fasthet, har varit tvungna att ändra metoder för att hantera sin information. Detta tycks dock inte vara något som de själva kopplat ihop med krav från omvärlden. Legitimitet är inte en råvara som ägs eller byts ut. Det är snarare ett tillstånd som reflekterar

kulturell inriktning, normativt stöd eller något som står i samklang med relevanta regler eller lagar (Scott 2014, s. 72).

6.2 Historiemedvetande

I följande stycke ämnar vi besvara den tredje frågan i vår frågeställning:

- Använder sig företagen av sin historia i sin dagliga verksamhet? Uppvisar företagen några likheter gällande användandet av sin historia?

För att kunna urskilja ett historiemedvetande i det material som informanterna bidragit med har vi utgått från Jensens tolkning av Jeismanns andra definition av vad historiemedvetande som perspektiv innebär: "Företagen skall kunna förstå sammanhangen mellan tolkning av det förflutna, förståelsen för nutiden och ha perspektiv på framtiden" (Jensen 1997, s. 51). Vi anser att majoriteten av företagen i vår undersökning har en viss förståelse för sammanhangen och perspektiven då deras historia är en del av företagskulturen. Merparten av informanterna berättar att de använder sig av historia för att reflektera kring, och inta kunskap genom, tidigare erfarenheter och att deras historia i viss mån formar företagets identitet. Företagen använder sin historia för att förstå sin bakgrund, var de är idag och var de vill vara i framtiden. Det är dock få informanter som spontant talat om framtiden när vi ställt frågor om arkivering och historia. Enstaka informanter berättar om framtidsvisioner, andra berättar att de haft kämpiga tider men nu börjar landa på fötterna igen och tar dagen som den kommer. Företagens framtidstänkande handlar mer om överlevnad, hur de skall utvecklas i takt med samhällsutveckling och efterfrågan samt hur de kan dra lärdom av tidigare erfarenheter.

6.2.1 Historiemedvetande, historiekultur och historiebruk

Hur historiemedvetande kommer till uttryck kan undersökas genom historiekulturen. En historiekultur kan uppfattas som en dubbel process: i den ena förmedlas historia från en avsändare till en mottagare. Detta är något som innebär att forskaren måste greppa ett stort kommunikativt sammanhang i vilket historia både produceras, kommuniceras, mottas eller konsumeras. Den andra delen av processen rör hur historia värderas och bedöms som användbar och relevant – en del som är starkt knuten till maktperspektiv, det vill säga till de individer och grupper som har kontroll över ett samhälles historiska meningsskapande. Historiekulturen kan ses som den arena där den historia som skall uppmärksammas kommuniceras och värderas (Karlsson 2014, s. 65).

Vi kan gällande den första av historiekulturens processer se att majoriteten av företagen förmedlar sin historia både internt inom den egna organisationen och externt till omvärlden. Förmedlingen internt sker av olika skäl som bland annat utgörs av att nyanställda skall inkluderas i företagets gemenskap och att informanterna vill hålla sig uppdaterade angående det som skett mellan olika möten eller under företagets hela levnadstid. Historia förmedlas också för att man skall kunna dra lärdom av företagets förflutna samt för att stärka banden mellan de anställda genom att fira jubileer. Vi kan även se att företagen förmedlar sin historia externt genom

marknadsföring samt för att skapa legitimitet, något vi återkommer till senare i det här avsnittet. Gällande den andra delen av historiekulturens processer, som handlar om hur historia värderas och bedöms som användbar och relevant, anser vi att företagen främst ser den delen av sin historia som bedöms stärka företaget och som anses vara användbar för affärerna som relevant att lyfta fram. Den historia som uppmärksammas är således den som företagen förmedlar internt och externt för att stärka verksamheten.

Historikern Klas-Göran Karlsson (2014) talar om att historiemedvetande aktiveras och kan analyseras genom historiebruk, vilket är något som äger rum på den arena som utgörs av historiekulturen. Historia är något som används för att nå vissa bestämda mål. Perspektivet är då antingen intentionellt eller funktionellt. Karlsson menar att det intentionella understryker det avsiktliga, det aktörsorienterade och målrationella i att bruka en viss historia. Det funktionella är däremot mer systemorienterat i den mån att ett bruk av en viss historia anses svara mot specifika behov eller intressen samt för att fylla väsentliga uppgifter eller tjäna vissa ändamål för individer och samhällen. Det kan exempelvis vara att bidra till kommersiella framgångar eller ge ett ekonomiskt mervärde åt något genom att ange en koppling mellan en nutida angelägenhet och en historisk företeelse (Karlsson 2014, ss. 70-72).

Majoriteten av företagen menar att de är medvetna om sin historia och vi tolkar deras svar som att de använder historien på ett funktionellt sätt genom exempelvis marknadsföring eller för att tjäna olika interna syften. Trots detta funktionella historiebruk så kan vi inte se att historiemedvetandet hos majoriteten av de tillfrågade företagen är tillräckligt stort för att utgöra något skäl till att även historiska och nostalgiska handlingar skall arkiveras. Att arkivera genom att ”göra som vi alltid gjort” är en åsikt som utifrån ett nyinstitutionellt teoriperspektiv kan identifiera ett företags outtalade regler eller traditioner, men det är inte att vara historiemedveten. För att kunna använda sig av historia i praktiken behövs den placeras i sammanhang och tidskontext. Ett sätt att göra det är just att organisera och arkivera sina historiska handlingar (Zander 1997, s. 90), något som de flesta av informanterna berättar att de inte gör. Företagen verkar utifrån ovan nämnda synsätt, vara mer måna om att föra vidare sin historia muntligt än att organisera och spara de fysiska bevisen för historien i sina arkiv.

Vi upplever att situationen hos informanterna är lik den situation Leon Shkolnik (1990) beskriver: företagen uppfattar främst ett arkiv som en plats för förvaring av affärs- och ekonomiska handlingar, och ser inget direkt värde i att bevara något övrigt material. Shkolniks beskrivning kan även kopplas till de tankar Paul C. Lasewicz (2015 s. 74) för fram angående att företagsarkiven måste bevisa sitt strategiska värde och att de tillför mer än vad de kostar. De handlingar som bevaras i de undersökta företagens arkiv är just de handlingar som har ett uppenbart strategiskt värde och som används i ett primärt, arbetsrelaterat syfte, vilket vi tidigare nämnt. Det finns en historiemedvetenhet i tanken men inte i det praktiska genomförandet.

6.2.2 Historia i marknadsföring

Lasewicz (2015, ss. 60-63) diskuterar även att det för företag ligger ett värde i att ha tillgång till ett arkiv och sin historiska bakgrund då det kan ge företaget

konkurrensfördelar på säljmarknaden. I vår undersökning visar det sig att majoriteten av informanterna använder sig av sin historia i sin marknadsföring, främst genom att koppla samman sin ålder med en lång och gedigen erfarenhet. Informanterna berättade att företagen också använder sin historia genom korta bakgrunds- och framgångsbeskrivningar på sina hemsidor, genom att göra reklam för sina jubileumsfiranden med hjälp av skyltning och de presenterar muntliga berättelser om sin historia i samband med kundkontakt. En informant berättade att användandet av historia i marknadsföring var ett sätt att anpassa sig till ett rådande historieintresse i samhället, en annan informant hävdade att det ”ligger i tiden” att marknadsföra sig på det här sättet.

Huruvida företag ser någon kommunikationspotential i sina arkiv eller museum är något som Paola Castellani och Chiara Rossato undersöker i *On the communication value of the company museum and archives* (2014). Författarna menar att det finns en medvetenhet bland företag gällande den kommunikationspotential samt vilka fördelar ett arkiv eller museum kan innebära för skapande av legitimitet. Vi har inte kunnat tyda någon liknande medvetenhet bland merparten av de företag vi undersökt. Ett fåtal av företagen utmärker sig dock genom att de låter sina historiska handlingar och föremål kommunicera direkt med kunderna. En av informanterna berättade att de har dokument om företagets grundande uppsatta på väggarna på kontoret, ett annat företag har sparat äldre planscher med motiv av produkter vilka satts upp i säljlokalerna för allmän beskådan och ett tredje har skapat ett litet museum där gamla produkter visas upp. Dessa tre företag får dock ses som undantag i studien. Flera av de övriga företagen har minnessaker sparade men inte i någon allmän display och inte heller bevarade på något organiserat sätt. De här föremålen eller dokumenten, som många gånger behållits av nostalgiska skäl eller rentav slumpmässigt, är inte heller något som verkar vara särskilt uppmärksammat av de som är verksamma på företagen.

Majoriteten av företagen använder sig således av sin historia i marknadsföring, men deras historia anses ändå inte vara tillräckligt viktig för att de skall bevara sitt historiska material på något organiserat sätt. För de företag som inte använder sig av sin historia i marknadsföring ser vi två centrala anledningar till varför de inte gör det: den första är att företagen inte anser att deras ålder är tillräckligt hög. Själva uppfattningen om vad som egentligen är en gedigen ålder varierar mellan olika informanter. Den andra anledningen är att de inte anser att de kan hävda sig med hjälp av ”gamla meriter” (informant nummer 15) utan vill hellre hävda sig genom att tänka framåt.

6.2.3 Vad betyder ålder för företagen?

Eftersom företagen har olika livsspann som sträcker sig från 18 till 125 år är synen på åldern varierande. Merparten av företagen hävdar dock att ålder har en betydelse för den status den kan ge. Åldern kan bevisa att företagen vet vad de gör och är kunniga inom sitt område men några av informanterna tog också upp frågor kring när en ålder blir en tillräckligt hög ålder. Det är ett resonemang som förs av ett antal av de företag som inte arkiverar mer än vad lagen kräver: de anser sig inte tillräckligt gamla för att använda sin historia. Men när vi ställde en fråga om hur informanterna tänker kring föreställningen att deras företag skulle hålla i 100 år till och att det då inte finns något

bevarat sedan starten, upplevde vi att de började reflektera över att de inte bevarar något och medgav att de inte tidigare funderat utifrån det perspektivet.

Det finns en problematik kring arkivering bland små och medelstora företag som yttrar sig i att många inte tänker på att det vi skapar idag är det som blir vår historia i framtiden. Peter Aronsson (2004 ss. 67-68), historiker och kulturarvsvetare, hävdar att ingenting är historielöst och att vi medvetet eller omedvetet agerar utifrån eller i relation till vår historia. I vår undersökning visar det sig att majoriteten av företagen mer eller mindre påverkas av sin historia. Många gör det medvetet då de talar om sin historia och använder sig av den för att skapa en värdegrund, medan andra påverkas mer omedvetet då de lär av tidigare erfarenheter.

Företagen uppvisar ingen isomorfism gällande sitt historiemedvetande eller sitt historiebruk. De flesta företag nyttjar sin historia på olika sätt i sitt identitetsskapande och i sin marknadsföring medan de övriga företagen inte reflekterar i någon större grad över dåtiden, utan enbart vill se till nuet och framtiden. Den enda isomorfism vi kan urskilja är att det råder liknande tankesätt gällande hur företagen ser på legitimitet kopplat till ålder, något vi diskuterar mer ingående nedan. Många av de yngre företagen ser mer framåt, är rörliga och hungriga, medan de äldre är mer statiska och trygga i sin nuvarande position.

6.2.4 Legitimitet genom historia

Vi har tidigare, med hjälp av nyinstitutionell teori, diskuterat hur företag kan skapa legitimitet genom att anpassa sig till de krav som omvärlden ställer och därmed också kunna förändra, förklara och försvara sitt hanterande av sina arkiveringstraditioner (Eriksson-Zetterquist 2009, ss. 103-104). Företag kan använda legitimitet för att försvara särskilda gärningar eller när de skall reproduceras över tid (Berger & Luckmann 1966, ss. 110-111). Merparten av företagen menade att de inte kände att de behöver anpassa sig till de krav omvärlden ställer för att göra legitimitet. Vi kommer här diskutera huruvida företagen gör legitimitet genom historiemedvetande.

Att vara historiemedveten kan för en verksamhet innebära möjligheter till att skapa legitimitet. Tidigare händelser kan fungera som ett slags ”facit” för hur man kan agera kring en liknande händelse i framtiden och det kan även bidra till att forma en struktur och förståelse kring företeelser och agerande. Ens historia kan hjälpa till att skapa och upprätthålla identitet (Zander 1997, ss. 90-91).

Något som framkommer i intervjuerna är att majoriteten av företagen anser att legitimitet skapas genom historia, och då särskilt genom *ålder*. Denna koppling, att historia innebär ålder, menar vi är en likhet eller isomorfism som företagen uppvisar. Företag som överlevt år av konkurrens och utveckling formar en stabilitet och då också en legitimitet genom att de bevisar att de vet vad de håller på med. Ett stort antal av informanterna menar att åldern innebär en form av garanti för att företagen utför sina tjänster väl och att kunderna blir nöjda. Många av företagen i vår undersökning berättar också att deras historia skapar en stolthet och en gemenskap bland personalen, något vi tolkar som att åldern även kan användas till att skapa en form av inre legitimitet. Vi menar att ålder blir synonymt med den expertis de

undersökta företagen har inom sina områden och därmed ser vi att legitimitet används för att försvara särskilda gärningar.

6.2.5 Historien - en del av företagets immateriella kulturarv

Ekonomi är en bidragande faktor till huruvida företag bestämmer sig för att arkivera mer än vad lagen kräver. Vi menar dock att den största avgörande faktorn är att det råder ett allmänt ointresse och oförståelse för värdet och nyttan av att arkivera och bevara sin historia – en faktor som även bidrar till att skapa en problematik i form av att det historiska materialet hamnar i skuggan av det affärsrelaterade, vilket av självklara skäl ges en högre prioritet. Majoriteten av företagen för vidare sin historia muntligt och dess fysiska bevis anses inte behöva arkiveras. Historien kan därför till viss del tolkas som ett företags immateriella kulturarv. Detta immateriella arv bevaras via kunskap, utövande och skicklighet – kulturella manifestationer sammankopplade med personer (Kirshenblatt-Gimblett 2004, s. 60). Personer som i vårt fall kan vara grundarna själva eller nuvarande chefer som ofta får berätta om företagets historia för både kunder och personal.

De anställda på företagen kan ses som en del av en institutions fasthet. De är personer som i de flesta fall utan att reflektera utför samma aktiviteter med hjälp av samma traditioner som föregångarna har lärt dem eftersom det är så de alltid har gjort. Det kan också vara personer som i egenskap av företagets grundare själva varit med och skapat aktiviteterna. Gällande just traditioner kring bevarande av sin historia kan man även tolka människan som inte enbart kulturella bärare, utan även kulturell sändare. Barbara Kirshenblatt-Gimblett, verksam inom bland annat musei- och kulturarvssektorn, menar att människorna kan ses som levande arkiv eller bibliotek i det syfte att de för vidare kulturen till andra. Människor kommer och går men kulturen består och förs vidare från en generation till en annan (Kirshenblatt-Gimblett 2004, s. 58). Vi kan se hur denna kultur i form av outtalade regler och traditioner i vissa fall förändras i samband med att företagen genomgår generationsskiften. Den tydligaste skillnaden yttrade sig i att efterträdare slängde mer än sina föregångare eftersom de ansåg att det var onödigt att spara mycket som enbart var nostalgiskt och inte längre tjänade något annat syfte.

För att återkoppla till det citat vi inledde uppsatsen med: ”Det ligger i företagets natur att ständigt blicka framåt, inte bakåt” (Schug, 2010, s. 12), ett påstående som vi efter analysen till viss del kan hålla med om. Företagen blickar framåt men vi hävdar att det snarare ligger i deras *vinstintresse* än i deras *natur* att de gör det. Vi kan dock se att de också blickar bakåt i form av att de använder sig av sin historia i exempelvis marknadsföring och genom att de gör legitimitet av sin ålder. Det är främst på grund av att företagen inte anser sig ha tid eller resurser som de inte arkiverar sin historia, även om en vilja och en önskan kan finnas. Eftersom de fysiska bevisen för historien inte sparas får företagen enbart förlita sig på muntlig historia, vilken riskerar förändras eller försvinna över tid.

7 Sammanfattning

Syftet med den här uppsatsen var att skapa en bild av hur små och medelstora företag runt om i Sverige ser på sin information och på sin historia. Därmed kan studien ge en inblick i företagens perspektiv på arkivering – ett perspektiv vi anser saknas i den publicerade litteraturen rörande ämnet företagsarkiv. Vi har genom enkätundersökningar, telefonintervjuer samt intervjuer som skett via personliga möten ställt frågor rörande arkivering, om företagen sparar något annat utöver det som de enligt lag är skyldiga att spara samt hur de ser på sin historia och hur den används i den dagliga verksamheten.

I studien har nyinstitutionell teori samt historiemedvetande använts för att analysera det insamlade materialet. Teorierna har flera liknande utgångspunkter som exempelvis att de båda syftar till att skapa förståelse för varför medvetna och omedvetna handlingar sker. De ger oss också verktyg till att kunna förstå och analysera händelser och fenomen. Nyinstitutionell teori används för förstå hur sociala val formas, förmedlas och kanaliseras genom institutionella sammanhang. Institutioner söker efter att skapa stabilitet och legitimitet för att därigenom förklara och hävda sitt agerande. Legitimitet är således en viktig aspekt att beakta när vi undersöker relationen mellan organisation och dess omgivning. En nyinstitutionell teoretisk analys av hur företagen hanterar sin arkivering har kompletterats med ett historiemedvetandeperspektiv. Vi valde en definition av historiemedvetande som handlar om att se relationen och sammanhanget mellan det förflutna, nutiden och framtiden. Genom det perspektivet har vi sökt efter hur företagen reflekterat över sin egen historia: hur den används, vad den har för betydelse för deras identitet och i deras sociala samspel och slutligen hur den påverkat deras agerande kring arkivering.

7.1 Sammanfattning av studiens resultat

7.1.1 Hur och varför bevarar eller arkiverar företag sina handlingar?

Företagen sparar sina handlingar på olika sätt: i digitalt format på servrar eller i moln samt i fysiskt format i egna arkivrum, i kassaskåp, i förråd eller i pärmar. De handlingar som sparas används primärt i samband med arbetsrelaterade aktiviteter. Handlingarnas primära syfte formade till stor del företagets uppfattning av vad ett arkiv är: en plats för affärs- och företagsrelaterade handlingar som enligt svensk lag eller avtal med kunder skall sparas under en viss tid eller så länge som de behövs för företagets drift. Ett fåtal företag använde även sina handlingar i sekundära syften som exempelvis tillverkning av "limited editions" av äldre produkter i samband med jubileer eller att hänga upp gamla planscher på väggarna för de själva och för kunderna att beskåda. Övrigt material, som exempelvis historiska handlingar med ett nostalgiskt värde, sparades inte aktivt utan kan snarare ses som planlösa processer vilka skedde mer slumpmässigt.

Företagen har inte upplevt att de behövt anpassa sin arkivering och dokumenthantering efter omvärldens krav, vilka främst utgörs av dagens informationssamhälle som ställer krav på öppenhet och att företagen skall finnas tillgängliga online samt ett ökat historieintresse bland allmänheten. Studien visar därför att företagen inte behövt förändra sina vanor gällande bevarande och arkivering som ett led i att skapa legitimitet.

Vi ser även att små och medelstora företag införskaffar sin kunskap om informationshantering och arkivering självständigt. Några av de företag vi frågat berättar att de vid ett fåtal tillfällen fått förfrågningar från utomstående organisationer om de vill köpa dokumenthanteringsmallar men inget företag har kontaktats av någon arkivinstitution som frågat om de vill köpa arkiveringstjänster. Att köpa tjänster rörande dokumenthantering tycks heller inte vara aktuellt för merparten av de tillfrågade.

7.1.2 Uppvisar företagen några likheter gällande bevarande och arkiverande?

De undersökta företagen uppvisar en likhet gällande den bild de har av arkiv: att arkivet är en förvaringsplats för handlingar som används i ett primärt, arbetsrelaterat, syfte. Även det värde som sätts på de arkiverade handlingarna är liknande på samtliga företag: handlingarna arkiveras för att de gynnar verksamheten på något vis, och är således inte arkiverade för att omvärlden kan dra nytta av den. Företagen har även alla liknande tankar kring skötseln och organisationen av arkiven som yttrar sig i att de gör det bra själva.

7.1.3 Vilka uttalade och outtalade regler styr företagens sätt att hantera sin information?

Företagens dokumenthantering och arkivering styrs till största delen av uttalade regler i form av lagar så som bokföringslagen eller aktiebolagslagen. Andra uttalade regler som styr vilka handlingar företagen sparar är avtal med kunder och ISO-certifieringar. Studien visar att även outtalade regler styr företagens sätt att hantera sin information. Dessa outtalade regler yttrar sig i traditioner och uppfattningar om att "så här har vi alltid gjort" och majoriteten av informanterna tycks inte reflektera över dessa aktiviteter. Vi menar att institutionaliseringen av företagen är något som pågått under en längre tid och nu blivit fulländad. De anställda på företagen har med tiden skapat en verklighet av vanor som förts vidare över generationer, från en anställd till en annan, och som nu framstår som orubbliga och förgivettagna.

7.1.4 Använder sig företagen av sin historia i sin dagliga verksamhet?

Inom nyinstitutionell teori undersöks bland annat hur institutioner anpassar sig efter omgivning och samhälle för att finna legitimitet men den här studien visar snarare att företagen använder sin historia och ålder till att skapa legitimitet. Historia är för företagen synonymt med ålder. Åldern ger företagen stabilitet, den får symbolisera styrka och framgång och utgör ett bevis för att företagen klarat sig länge trots

konkurrens och motgångar. Företagens ålder används i deras marknadsföring av samma anledningar.

Användningen av historia sker främst på ett funktionellt sätt, som exempelvis i samband med marknadsföring. Den används också genom att man drar lärdom av tidigare erfarenheter, till att skapa gemenskap bland personalen och den förmedlas vid skapandet av kundrelationer. Undersökningen visar dock att historia bland företagen främst bevaras, och förs vidare, genom muntliga traditioner och inte genom fysiskt eller digitalt bevarandet av äldre handlingar. Det framkom tydligt att företagen inte uppfattar information som handlar om annat än affärer eller verksamhetsdrift, så som fotografier och föremål, som potentiella arkivhandlingar. Historien är således en del av företagets immateriella kulturarv.

Hur hanteringen av arkivering och bevarandet av historia uttrycker sig har på varje företag fått växa fram individuellt och organiskt. Avgörande för deras agerande är: svensk lag, avtal med kunder samt egna traditioner och företagskultur. Men även företagets ekonomiska situation och syn på sin plats i samhället spelar en avgörande roll för hur stor plats arkivering, både fysiskt och mentalt, får uppta. Just så som tidigare forskning beskriver att hela företagsarkivsektorn i Sverige fått växa fram.

7.2 Diskussion

Tidigare forskning visar bland annat att företag behöver tydligare riktlinjer och mer utbildning gällande sin arkivering samt att företagsarkiven ständigt måste rättfärdiga sin existens genom att bevisa att de tillför mer än vad de kostar. Den här undersökningen visar att företagen på egen hand har utarbetat riktlinjer för hanteringen av den information som är nödvändig för affärsverksamheten. Något företagen däremot saknar riktlinjer för är hur de skall hantera sitt historiska material. Nya tankar vår studie gav oss var att företagen tycks förknippa arkiv med de dokument som är nödvändiga för att styra verksamheten och verkar inte reflektera så mycket över att dokument av historiskt värde också kan höra hemma i ett arkiv. Detta kan vi koppla till tidigare forskning som pekar på att företagsarkiven ständigt måste bevisa att de behövs. Vad vår undersökning tillfört den forskning som hittills bedrivits i Sverige är en översikt över ett flertal små och medelstora företag som förhoppningsvis kan användas för framtida studier.

Just små och medelstora företag är en kategori som vi anser det behöver forskas mer om inom arkivvetenskapen. De utgör en stor del av Sveriges näringsliv och har en historia av stor betydelse för kanske främst ursprungsorten. Arbetet med denna uppsats, från förarbetet med att läsa tidigare forskning till att träffa informanterna och att analysera resultatet, har gett oss en förståelse hur det rådande läget ser ut för företagsarkiv. Det faktum att företagen inte är lagbundna att arkivera utöver det som affärsrelaterade lagar såsom bokföringslagen säger målar upp en bild, både för företagarna själva och för samhället, att det material de producerar inte anses vara av vikt att bevara.

Tankar gällande vårt val av att undersöka företag från olika branscher dök upp både innan vi startade arbetet och under själva arbetets gång. Vi ställde oss frågande till

hur valet av företag från olika branscher kunde påverka vårt resultat jämfört med om vi valt företag från en enda bransch. Vi har dock argumenterat för att vi sett företagen som likvärdiga då de är verksamma inom en privat, vinstdrivande, sektor. Efter att analysen var genomförd konstaterade vi att vårt resonemang höll då företagen, trots att de arbetar på olika vis och med olika slags tjänster/produkter, resonerar kring arkivering på liknande sätt.

Samma tankar vi förde kring branschval förde vi kring den geografiska placeringen av företagen. Vår ursprungliga tanke var att inkludera företag från hela Sverige i studien – en tanke som vi också utgick från när vi slumpartat valde fram 150 företag från olika orter i landet. Bortfallet blev dock väldigt stort och enbart 22 av de tillfrågade tackade ja. Majoriteten av dessa är placerade i Götaland. När en undersökning skall göras på så vis att den blir representativ för ett helt land är en förutsättning att representanter från landets alla delar får komma till tals. Trots att undersökningen blev såpass småskalig anser vi ändå att den bidrar till forskningen genom att den visar en bredare bild och inte enbart utgörs av en enstaka fallstudie, något som varit vanlig inom den tidigare svenska forskningen kring företagsarkiv. Vi funderade en del kring hurvida kunskapen om arkiv skulle öka på sådana platser där det finns arkivinstitutioner i närheten, exempelvis i Skåne där flera större arkiv är belägna. De resultat vi fått från vår undersökning visar dock att tankar och agerande kring arkivering inte skiljer sig så stort oavsett var i landet informanterna huserar. Vi kan dock ana att företag från vissa platser har fler förutsättningar för arkivering, som exempelvis på grund av att de har lättare tillgång till fysiskt utrymme eller att ett noggrant sparande är något som förespråkas på orten. Men detta påverkade inte intresset av att arkivera nämnvärt. Företagen resonerade i mångt och mycket på liknande sätt oberoende av vilken placering de har i landet. Det är en av anledningarna till att vi anser att vår undersökning är representativ för små och medelstora företags arkivering i Sverige.

De undersökta företagens arkivering eller icke arkivering påverkas främst av de individer som arbetar företagen, inte företagens storlek eller placering. Studien visar att arkivering utöver det material som enligt lag och avtal skall arkiveras sker mer utifrån ett personligt intresse än att det är en naturlig del av arbetsföringen.

7.3 Fortsatt forskning

Vi har bland annat redogjort för vad företagens ålder har för betydelse när det kommer till arkivering och historiemedvetande. Under ett företags första levnadsår kan det vara mer formbart och föränderligt innan det slutligen blir fastare ju äldre det blir. Det bör påpekas att det yngsta företaget i vår studie är grundat 1998 och har således hunnit vara verksamt i nästan 20 år. För att se en tydligare skillnad gällande ålder och traditioner skulle studier av betydligt yngre företag behöva göras.

Forskningen kring legitimitet har sedan 1990-talet ökat i popularitet. Nyare forskning utgår från legitimitet som ett förklarande koncept men inte så många studier gällande legitimitet som en empirisk egenskap har gjorts (Deephouse & Suchmann 2013, s. 49). Framtida forskning skulle kunna pröva legitimitet som en hypotes och inte bara som en del av nyinstitutionell teori.

Vi har fokuserat på att återge en nulägesbeskrivning av hur små och medelstora företag ser på arkivering. Framtida forskning skulle kunna fokusera på mer långsiktig prognos för hur utvecklingen av företagsarkiv kommer se ut på mer lång sikt och koppla denna till faktorer som teknisk utveckling, samhällelig utveckling, globalisering och eventuella lagförändringar.

Som vi diskuterat innan så upplever vi att arkivering inte är ett ämne som små och medelstora företag har något större intresse av att diskutera. Att få tillräckligt många informanter till att ställa upp i undersökningen var ett tidskrävande projekt som resulterade i att vår studie blev relativt liten i hänseende till den mängd företag som medverkade. Fortsatt forskning skulle kunna använda denna undersökning som en förstudie till en undersökning med en större mängd informanter.

8. Källförteckning

- Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) (2011). *Handbok i kvalitativa metoder*. 1. uppl. Malmö: Liber.
- Alfsson, H. & Lundin, H. (2003). *Dokumenthantering i en föränderlig organisation: en studie av arkivfunktionen i ett medelstort företag*. Examensarbete, programmet för bibliotek- och informationsvetenskap, Högskolan i Borås. Borås: Högskolan.
- Allabolag.se (2016). *Om Allabolag.se*. <http://www.allabolag.se/om> [2016-05-31].
- Alvesson, M. & Skoldberg, K. (2008). *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. 2, [uppdaterade] uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Appelquist, J. (2012). *Dokumenthantering i informationsförvaltningen: En handbok*. Stockholm: Nordstedts juridik.
- Aronsson, P. (2004). *Historiebruk - att använda det förflutna*. Lund: Studentlitteratur.
- Berger, P.L. & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge*. New York: Anchor books.
- Bergström, D. (1999). De glömda arkiven – Tre handelsarkivs innehåll och bevarande. I *Om äldre företagsarkiv*. Härnösand: Institutionen för kultur och humaniora, Mitthögsk, ss. 75-84.
- Bodin, S. & Sahlén, T. & Sjögren, C. (2000). *Dokumenthantering i företag och organisationer: en kvalitetsfråga*. Stockholm: Folkrorelsernas arkivförb.
- Borglund, E. & Öberg, L.-M (2008). How are records used in organizations? *Information Research*, vol. 13 (2).
Tillgänglig: <http://www.informationr.net/ir/13-2/paper341.html> [2016-03-12]
- Buckland, M. K. (1997). What is a "Document"? *Journal of the american society for information science*. 48 (9), ss. 804-809.
- Bunte, R. & Jörnmark, J. (2016) Företag. *Nationalencyklopedin*. Tillgänglig: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/f%C3%B6retag> [2016-03-06]
- Castellani, P. & Rossato, C. (2014). On the communication value of the company museum and archives, *Journal Of Communication Management*, vol.18 (3), ss. 240-253.
- Centrum för Näringslivshistoria (2016). *Vår egen historia*. <http://naringslivshistoria.se/om-oss/var-egen-historia/> [2016-05-31].

Cook, T. (2013). Evidence, memory, identity, and community: four shifting archival paradigms, *Archival Science*, 13 (2/3), ss. 95-120, Library, Information Science & Technology.

Deephouse, D. L. & Sushman, M. (2013). Legitimacy in organizational institutionalism. I Greenwood, R (red). *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*. London: SAGE, ss. 49-78.

Deserno, I. (2009). The value of international business archives: the importance of the archives of multinational companies in shaping cultural identity. *Archival Science*. Dec. 2009, vol. 9 (3/4), ss. 215-225.

DiMaggio, P. & Powell, W. (1983). The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 4/1/1983, vol. 48 (2), ss. 147-160.

Eriksson-Zetterquist, U., Kalling, T. & Styhre, A. (2006). *Organisation och organisering*. 2, [utök.] uppl. Malmö: Liber.

Eriksson-Zetterquist, U. (2009). *Institutionell teori: idéer, moden, förändring*. 1. uppl. Malmö: Liber.

Etemad, H. (2004). Internationalization of small and medium-sized enterprises: A grounded theoretical framework and an overview. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. March 1, 2004, ss. 1-21.

Europeiska kommissionen, rekommendation 2003/361/EC (2003). *The new SME definition: User guide and model declaration*. Official Journal of the European Union L 124, s. 36, 2003.

Tillgänglig:

http://www.tillvaxtvverket.se/download/18.21099e4211fdb8c87b800026914/1443039718709/sme_user_guide.pdf [2016-03-06]

Gidlöf, L. (1987). Why history matters to managers, Några funderingar om näringslivet, arkiven och det historiska perspektivet. I *Arkivvetenskapliga studier*. Sjätte samlingen, Stockholm, ss. 107-115.

Gränström, C. Lundquist, L. & Fredriksson, K. (2008). *Arkivlagen: bakgrund och kommentarer*. Stockholm: Norstedts juridik.

Hultman, M. (2010). *Hovjuvelerare W. A. Bolins AB företagsarkiv*. Magisteruppsats, ABM-programmet, Uppsala Universitet. Uppsala: Universitetet.

Högman, N. (2010). *Hur arkiverar Sveriges byggföretag? Ett försök att finna arkiveringspraxis i en för kulturarvet viktig företagsbransch*. Masteruppsats, ABM-programmet, Uppsala Universitet. Uppsala: Universitetet.

International Organization for Standardization (2016). *Information and documentation* (ISO 15489-1:2016). Tillgänglig: http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_ics/catalogue_detail_ics.htm?csnumber=62542 [2016-05-27]

ISO (2016). *About ISO*. <http://www.iso.org/iso/home/about.htm> [2016-05-30].

Jeismann K.-E. (1979). Geschichtsbewusstsein. I Bergmann, K. & Boldt, W. (red.) (1979). *Handbuch der Geschichtsdidaktik*. Bd 1. Düsseldorf.

Jensen, B. E (1997). Historiemedvetande- begreppsanalys, samhällsteori, didaktik. I Karlegård C & Karlsson K-G (red) *Historiedidaktik*. Lund: Studentlitteratur, ss. 49-81.

Johansson, R. (2009) Vid den institutionella analysens gränser: Institutionell organisationsteori i Sverige. *Nordiske Organisasjonsstudier* nr. 3, n.p.: Bergen : Fagbokforlaget. Tillgänglig: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:miun:diva-10807> [2016-05-01]

Justitiedepartementet (2005). *Aktiebolagslag* (2005:551). Stockholm: Sveriges Riksdag. Tillgänglig: https://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Aktiebolagslag-2005551_sfs-2005-551/ [2016-03-18]

Justitiedepartementet (1990). *Bokföringslag* (1990:1078). Stockholm: Sveriges Riksdag. Tillgänglig: https://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Bokforingslag-19991078_sfs-1999-1078/ [2016-03-14]

Jönsson, L.-E. Persson, A. & Sahlin, K. (2011). *Institution*. 1. uppl. Malmö: Liber.

Karlsson, K.-G. (1997). Historiedidaktik och historievetenskap – ett spänningsfyllt förhållande. I Karlegård, C. & Karlsson, K.-G. (red) *Historiedidaktik*. Lund: Studentlitteratur, ss. 17-48.

Karlsson, K.-G. (2004). Historiedidaktik: begrepp, teori och analys. I Karlsson, K.-G. & Zander, U. (red.) *Historien är nu – En introduktion till historiedidaktiken*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur, ss. 21-66.

Karlsson, K.-G. (2014). Historia, historiedidaktik och historiekultur – teori och perspektiv. I Karlsson, K.-G. & Zander, U. (red.) (2014). *Historien är närvarande. Historiedidaktik som teori och tillämpning*. Lund: Studentlitteratur, ss. 13-89.

Karlsson, K.-G. & Zander, U. (red.) (2009). *Historien är nu: en introduktion till historiedidaktiken*. 2., [uppdaterade och bearbetade] uppl. Lund: Studentlitteratur.

Ketelaar, E. (2014). Archives, memories and identities. I Brown, C. (red.) *Archives and Recordkeeping: Theory into practice*. London: Facet.

Kirshenblatt-Gimblett, B. (2004). Intangible heritage as Metacultural production. I *Museum International*, Vol 56 (1-2), ss. 52-65.

Kjölstad, T. (1999). I *Om äldre företagsarkiv*. Härnösand: Institutionen för kultur och humaniora, Mitthögsk, ss.7-9.

Kristiansson, G. (2002). Långsiktigt bevarande av digital arkivinformation. Bilaga 2 till *Arkivutredningen Arkiv för Alla*, Ku 2001:02. Riksarkivet 2003-09-05.

Tillgänglig:

<http://www.regeringen.se/rattsdokument/statens-offentliga-utredningar/2002/09/sou-200278/> [2016-04-07]

Kulturdepartementet (1990). *Arkivlag* (1990:872). Stockholm: Sveriges Riksdag.

Tillgänglig:[http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Arkivlag-1990782_sfs-1990-782/)

[Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Arkivlag-1990782_sfs-1990-782/](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Arkivlag-1990782_sfs-1990-782/) [2016-03-08]

Kylén, J-A. (1994). *Fråga rätt: vid enkäter, intervjuer, observationer, läsning*. Stockholm: Kylén.

Lasewicz, P. C. (2015). Forget the Past? Or History Matters? Selected Academic Perspectives on the Strategic Value of Organizational Pasts. *American Archivist*. Spring/Summer2015, vol. 78 (1), ss. 59-83.

Lawrimore, E. (2014). Mission Critical: Effective Internal Advocacy for Your Archives. *Journal For The Society Of North Carolina Archivists*, vol. 11 (1), ss. 2-18, Library, Information Science & Technology.

Liljeblad, H. & Thunell, E. (2008). *Att organisera kunskap på ett företag: en fallstudie vid Ecophon AB:s utvecklingsavdelningar*. Masteruppsats, ABM-programmet, Lunds Universitet. Lund: Universitetet.

Lundberg, V. (2010). *Näringslivsarkiv i Norrland – ett 25-årigt initiativ för företagsarkiven*. Näringslivsarkiv i Norrland. Härnösand.

Meurling, A. C. (1977). *Arkivhandboken: arkivbildning och hantering av skriftlig dokumentation i små och stora företag*. Stockholm: Näringslivets arkivråd.

Meyer, J. & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. I: *American Journal of Sociology*, 9/1/1977, vol. 83 (2), ss. 340-363.

Nationalencyklopedin (2016a). Arkivera.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/arkivera> [2016-03-07]

Nationalencyklopedin (2016b). Bevara.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/bevara> [2016-03-07]

Nationalencyklopedin (2016c). Bolag.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/bolag> [2016-03-17]

Nationalencyklopedin (2016d). Organisation.

[http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/organisation-\(term\)](http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/organisation-(term)) [2016-03-06]

Okello-Obura, C. (2012). Records and information management practices among SMEs in Tororo district, Uganda. *Library Review*, vol. 61, nr. 6, ss. 447-469.

Olausson, P. Bratt, K. & Kvarnbratt, T. (2002). Värmlandsarkiv – en företagsarkivinstitution. I Abukhafusa, K. (red.) *Vardagslit och företagsvinst*. Stockholm: Riksarkivet, ss.42-55.

Raab, C. M. (2002). Näringslivsarkiven i Sverige. I Abukhanfusa, K (red.) *Vardagslit och företagsvinst*. Stockholm: Riksarkivet, ss. 18-26.

Riksarkivet (1984). *Att bevara företagsarkiv: betänkande*. Stockholm: Liber/Allmänna förlag.

Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju: från vetenskapsteori till fältstudier*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi.

Schug, A. (2010). *History Marketing: Använd företagets historia i kommunikation och marknadsföring*. Stockholm: Ekerlid.

Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: ideas, interests and identities*. 4. ed. Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications, Inc.

Shkolnik, L. (1990). The role of the archive in the corporate structure. *Records Management Quarterly*, 24, (4) Business Source Complete.

Sjögren, E. & Lundström, C. (2004). *Historia på riktigt!: Arkivpedagogik i praktiken*. Lund: Skånes arkivförbund.

Thomsson, H. (2010). *Reflexiva intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.

Tillväxtverket (2016). *EU:s definition av SMF/SME*. Tillgänglig:

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/insatserfortillvaxt/foretagsutveckling/cosme/eusdefinitionavsmfsme.4.21099e4211fdb8c87b800017125.html> [2016-03-06]

Trace, C. B. (2002). What is recorded is never simply 'what happened': record keeping in modern organizational culture. *Archival Science*, vol 2 (1-2), ss. 137-159, Library, Information Science & Technology.

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. 4., [omarb.] uppl. Lund: Studentlitteratur.

Trost, J. (2012). *Enkätboken*. 4., uppdaterade och utök. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Ulfsparré, A. C. (2002). Företagsarkiven – problembarn eller värstingar? I

Abukhafusa, K (red.) *Vardagsslit och företagsvinst*. Stockholm: Riksarkivet, ss.11-17.

Widén-Wulff, G. (2001). *Informationskulturen som drivkraft i företagsorganisationen: en kvalitativ studie i finländska försäkringsbolag*. Diss. Åbo: Åbo Akademi.

Williams, C. (2014). Records and archives – concepts, roles and definitions. I Brown, C. (red.) *Archives and recordkeeping: theory into practice*. London: Facet, ss. 1-30.

Zander, U. (1997) Historia och identitetsbildning. I Karlegård C. & Karlsson K.-G. (red.) *Historiedidaktik*. Lund: Studentlitteratur, ss. 82-114.

Åström Iko, K. (2003). I allmänhetens tjänst? Arkivverket, tillgängliggörandet och brukarna. Ur: *Arkiv, samhälle och forskning*, vol 1 2003, ss. 18-37.

Tillgänglig:

http://content.foreningshuset.se/KundMappar/7522/asf_2003_1_s1_43.pdf [2016-02-21]

8.1 Enkäter och intervjuer

Informant 1. Enkätundersökning den 16 februari 2016.

Informant 2. Enkätundersökning den 23 februari 2016.

Informant 3. Enkätundersökning den 24 februari 2016.

Informant 4. Enkätundersökning den 26 februari 2016.

Informant 5. Telefonsamtal den 29 februari 2016.

Informant 6. Telefonsamtal den 29 februari 2016.

Informant 7. Telefonsamtal den 2 mars 2016.

Informant 8. Telefonsamtal den 4 mars 2016.

Informant 9. Telefonsamtal den 16 mars 2016.

Informant 10. Telefonsamtal den 8 mars 2016.

Informant 11. Telefonsamtal den 8 mars 2016.

Informant 12. Telefonsamtal den 9 mars 2016.

Informant 13. Telefonsamtal den 9 mars 2016.

Informant 14. Telefonsamtal den 14 mars 2016.

Informant 15. Telefonsamtal den 15 mars 2016.

Informant 16. Telefonsamtal den 15 mars 2016

Informant 17. Telefonsamtal den 16 mars 2016.

Informant 18. Telefonsamtal den 18 mars 2016.

Informant 19. Besök den 3 mars 2016.

Informant 20. Besök den 6 mars 2016.

Informant 21. Besök den 9 mars 2016.

Informant 22. Besök den 14 mars 2016.

Bilaga 1: Enkät

Lund, februari 2016

Till Dig som jobbar på ett litet eller mellanstort företag i Sverige!

Vi heter Hanna Bergholm och Emilia Jacobsson och vi studerar Arkivvetenskap vid Lunds Universitet. Vi arbetar nu med vår masteruppsats som handlar om företags uppfattningar om dokumenthantering, arkivering och arkiv. Vårt syfte med uppsatsen är att skapa förståelse för hur företag tänker kring sin egen arkivering och sin historia, samt varför eller varför inte de väljer att arkivera. Vi tror att en forskning kring dessa teman kan gynna både företagen och arkivsektorn, då den kan bidra till att stärka relationen mellan de olika branscherna.

Vi har valt att samla in vårt material via en enkätundersökning och skickar därför ut denna enkät till 40 olika företag i Sverige. Enkäten tar ca 20 minuter att svara på och den innehåller både ja- och nej-frågor samt frågor med öppna svar där du får skriva fritt. Det är naturligtvis frivilligt att delta, men det är betydelsefullt för undersökningens kvalitet att du tar dig tid att svara. Dina svar kommer sedan sammanställas av oss i vår uppsats. Vi garanterar dig som deltagare att dina svar kommer behandlas konfidentiellt och att du kommer vara helt anonym.

Vi vill ha ditt svar **senast den 26 februari 2016**.

Vi har även tänkt välja ut ett fåtal företag för att vid ett senare tillfälle göra en mer djupgående intervju med de som kan tänka sig ställa upp. Det kan därför hända att vi kontaktar dig igen efter att du skickat in enkäten.

Har du frågor om vårt arbete är du självklart välkommen att kontakta oss:

Hanna Bergholm: xxx-xxxxxxx

Emilia Jacobsson: xxx-xxxxxxx

Tack på förhand för din medverkan!

Enkätundersökning: Företags uppfattningar om arkivering och bevarande

Enligt Sveriges bokföringslag (1999:1078) så skall företag och verksamheter bevara sin räkenskapsinformation i 7 år efter att den skapats. Denna skall förvaras i Sverige, i ordnat skick och på ett betryggande och överskådligt sätt. Det är dock **inte** information kring dessa räkenskaper vi efterfrågar i denna enkät, utan vi vill se vilka **övriga dokument eller annat material** som ni möjligtvis bevarar eller arkiverar.

Begreppsförklaring

Med **arkivering** avser vi att företaget enligt bestämda regler sorterat, organiserat och gjort sitt material sökbart, antingen självständigt eller med hjälp av en arkivarie. Materialet förvaras i företagets egna lokaler eller på en arkivinstitution och kommer finnas tillgängligt i framtiden för företaget själva och eventuellt utomstående såsom forskare.

Med **bevarande** avser vi att företaget medvetet valt att spara material för en viss tid framöver. Detta har skett utan några strikta regleringar gällande vad som sparas eller hur det skall gå till. Man har helt enkelt valt att bevara något för att det är intressant, av sentimentala skäl eller för att det behövs vid ett senare tillfälle.

Frågor om företaget och respondenten

1. Hur gammalt är företaget du arbetar på?
2. Hur många anställda har företaget idag?
3. Beskriv företagets form. Har det skett någon större förändring i företagets struktur under dess livstid?
4. Vilken position har du på företaget?
5. Hur gammal är du?
6. Vilken utbildning har du?
7. Har du fått någon utbildning som är till nytta för arbete med dokumenthantering? Vilken slags utbildning?

Frågor om arkiv och att arkivera företagets handlingar/dokument

8. Pågår det någon arkivering på ert företag? (Om nej: Gå vidare till fråga 16)
9. Hur länge har ni arkiverat?
10. Finns det några bestämda rutiner kring hur ni skall arkivera företagets material? Kan du förklara kort hur de ser ut?
11. Var förvaras företagets arkiverade material?
12. Har ni rådfrågat en arkivarie gällande hur ni skall arkivera? Om nej: Hur har det bestämts vad som skall arkiveras?
13. Hyr ni en plats på en arkivinstitution? (Om nej: Gå vidare till fråga 15)
14. Vilken arkivinstitution hyr ni en plats på? Hur fick ni först kontakt med arkivinstitutionen och hur ser denna kontakt/relation ut idag?
15. Vad är främsta skälet till att företaget arkiverar?

Frågor rörande beslut att inte arkivera

(om du svarat ja på fråga 8: Gå vidare till fråga 20)

16. Varför har ni på företaget valt att inte arkivera ert material?
17. Finns det något särskilt material, förutom bokföring, som ni bevarar på företaget?
18. Finns det något skäl som gjort att ni funderat på att börja arkivera?
19. Har ni någon gång haft kontakt med en arkivinstitution? Vilken, och hur har denna kontakt i så fall sett ut?

Frågor rörande företagets historiemedvetande

20. Pratar ni något om företagets historia på er arbetsplats?
21. Tror du att bevarandet av material som rör företagets verksamhet kan innebära positiva effekter för företaget i framtiden? Om ja: Beskriv kortfattat hur du tänker.

22. Om ert företag genomgått någon större strukturell förändring (exempelvis ett ledningsskifte), har detta påverkat ert sätt att se på er historia?
23. Om ni arkiverar ert material på en arkivinstitution: Upplever ni att ni själva fått vara med och styra över vilka dokument som skall bevaras eller har en arkivarie avgjort vilka handlingar som är historiskt värdefulla och som skall bevaras inför framtiden?
24. Tror du att bevarandet av era handlingar skulle kunna bidra till att stärka företagets identitet? Hur?
25. Använder ni er av företagets historia på något sätt i marknadsföringssyfte? Hur?

Övriga kommentarer

Tack för dina svar!

Bilaga 2: Intervjufrågor

Intervjufrågor

Information om företaget och informanten

1. Hur gammalt är företaget du arbetar på?
2. Hur många anställda har företaget idag?
3. Beskriv företagets form. Har det skett någon större förändring i företagets struktur under dess livstid?
 - Har företaget huserat i samma lokaler sedan start, eller har ni flyttat någon gång? Vid potentiell flytt, har ni då kastat några handlingar?
 - Hur har personalomsättningen på företaget sett ut?
4. Vilken position har du på företaget?
5. Hur gammal är du?
6. Vilken utbildning har du?
7. Har du en utbildning som är till nytta vid arbete med dokumenthantering? Vilken slags utbildning då?

Arkivering

8. Arkiverar ni?
 - Varför började ni arkivera?
 - Hur länge har arkiveringen pågått?
 - Vad är det som arkiveras?
 - Sker arkiveringen digitalt eller i pappersform? På hårddiskar eller i molnet?
 - Var arkiveras det fysiska materialet?
 - För vem skulle ni säga att ni arkiverar?
9. Hyr ni en plats på ett arkiv?
 - Hur ser kontakten med arkivet ut?

Om svaret är nej: Har ni haft någon kontakt med ett arkiv angående att börja arkivera?

10. Har ert företags attityd eller medvetenhet kring arkiv och arkivering förändrats något under de senaste åren?
 - Har bevarandet förändrats något efter att allt i samhället blir mer och mer digitalt?
11. Hur går er gallring till? Har ni uppgjorda regler för sortering och gallring?
12. Följer ni några regler eller traditioner kring vad som arkiveras?
 - Upplever ni att företagets ålder påverkar hur ni arkiverar?
 - Finns det något samarbete med andra företag som påverkat ert sätt att tänka kring dokumenthantering, arkivering?
 - Har ni någon gång haft besök av någon utomstående, privatperson eller forskare, som velat ta del av något av ert arkiverade material?
13. Har ni fått något erbjudande från någon utomstående om att köpa en tjänst rörande dokumenthantering? Om inte, skulle det vara av intresse för er?
14. Vi är intresserade av omvärldens påverkan på företaget. Exempelvis dagens informationsamhälle med större mängd dokument, kravet på öppenhet, ökat historieintresse i samhället. Märker ni av det på något vis? Har ni märkt om ni försökt anpassa er till det?

Icke arkivering

16. Finns det någon särskild anledning till att ni inte arkiverar?
17. Har ert företags attityd eller medvetenhet kring arkiv och arkivering förändrats något under de senaste åren? (Baserat på om företagsstrukturen förändrats).
18. Har ni känt något krav från omvärlden på att ni borde arkivera, exempelvis forskare eller kunder som är intresserade av er historia?
19. Bevarar ni något annat inom företaget?
 - Vad händer med det bevarade materialet i framtiden, har ni tänkt kasta det framöver eller vill ni ha kvar det?

Historiemedvetande

20. Pratar ni något om företagets historia på er arbetsplats?
 - På vilket sätt och under vilka omständigheter?
21. Använder ni er historia på något sätt i samband med marknadsföring?
 - Om så är fallet, hur länge har ni marknadsfört er med hjälp av er historia?
 - Hur har ni kommit fram till att ni skall marknadsföra er på det viset?
 - Märks det en skillnad nu jämfört med när ni inte gjort det?
23. Har ni funderat någonting kring vad bevarandet av er historia kan medföra för effekter?
 - Kan det inverka på ert företags legitimitet, eller hur ni uppfattas av omgivningen?

Bilaga 3: Arbetsfördelning

Vi har gemensamt utarbetat en plan för uppsatsens innehåll och båda har arbetat lika mycket med uppsatsens olika delar. Vi har delat upp arbetet och skrivit olika stycken hemifrån över Google Docs och vi har sedan bytt text med varandra för att fortsätta skriva. På så sätt har vi ändå gemensamt arbetat med uppsatsens hela innehåll. Under arbetets gång har vi hela tiden diskuterat vad vi har skrivit, vad vi skall skriva och vad som kan ändras. Vi anser att arbetsfördelningen varit jämlik och att vi har samarbetat väl.