

MAGISTERUPPSATS
MAGISTERUTBILDNING I STRATEGISK INFORMATION OCH KOMMUNIKATION
AKADEMIN FÖR BIBLIOTEK, INFORMATION, PEDAGOGIK OCH IT
2016:6

”Jag vill ju känna att jag är delaktig”
Medarbetarnas engagemang i organisationen i relation till
organisationens interna informationskanaler

DANIELLA NORRGÅRD



HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

© Författaren/Författarna
Mångfaldigande och spridande av innehållet i denna uppsats
– helt eller delvis – är förbjudet utan medgivande.

Svensk titel: ”Jag vill ju känna att jag är delaktig”. Medarbetarnas engagemang i organisationen i relation till organisationens interna informationskanaler

Engelsk titel: ”I would like to feel like I’m a part of the organisation”. Organizational commitment in relation to internal communication channels

Författare: Daniella Norrgård

Färdigställt: 2016

Handledare: Nasrine Olson och Yoshiko Nordeborg

Abstract: **Purpose** – This study seeks to understand the viewpoint, held by employees, concerning their perceived organizational commitment in relation to their and the organizations use of internal information channels, with emphasis on the limited access to the corporate intranet. The research questions are: How do the employees use the corporate intranet? What other internal information channels do the employees and the organization use? How satisfied are the employees with the organizations use of the informations channels? How do the employees perceive their organizational commitment?

Design/methodology – The research was designed as a case study using a qualitative data gathering method. Six semi structured interviews were conducted with blue collar workers that had been working within the organization between 4 to 31 years.

Findings – Many of the blue collar workers have limited access to the corporate intranet and still perceive their organizational commitment as high. They believe that their high commitment is related to the gaining of information. Their high commitment might be understood via the use of high amount of other informational channels, especially verbal ones. In spite of the limited access, many of the workers visit the intranet almost on a daily basis. Many of the respondents believe that the information communicated via the intranet is not directed towards the blue collar workers but they still want the information.

Originality/value – Few research studies has focused on finding out what blue collar workers consider important in the internal communication process. This study contributes to the understanding of the blue collar workers viewpoint.

Nyckelord:

Intern information. Intern kommunikation.
Informationskanaler. Intranät. Engagemang.
Kollektivpersonal. Produktion. Medarbetare.

Innehållsförteckning

1. Introduktion.....	1
1.1. Från traditionella till digitala informationskanaler.....	1
1.2. Intern kommunikation och engagemang.....	1
1.3. Begränsad tillgång till information	2
1.4. Kollektivpersonal.....	2
1.5. Problemformulering	3
1.6. Syfte och frågeställningar	3
1.7. Problemavgränsning	4
2. Litteraturgenomgång och tidigare forskning	4
2.1. Kommunikation som konstituering av organisationer	4
2.2. Två modeller för kommunikation	4
2.2.1. Överföring av budskap.....	4
2.2.2. Delning av budskap.....	5
2.3. Intern kommunikation.....	6
2.3.1. Formell och informell intern kommunikation.....	6
2.3.2. Välfungerande intern kommunikation.....	6
2.3.3. Bristande intern kommunikation	7
2.3.4. Intern kommunikation och engagemang.....	7
2.4. Kanaler för intern kommunikation	8
2.4.1. Digitala kanaler respektive möte ansikte mot ansikte.....	9
2.4.2. Informationstäthet och kombination av olika kanaler	9
2.5. Intranät	10
2.5.1. Intranät möjliggör kommunikation	10
2.5.2. Informationssökandet på intranät.....	11
3. Teori.....	11
3.1. Engagemang.....	11
3.1.1. Trekomponentsmodellen av engagemang	12
3.1.2. Trekomponentsmodellen och intranät	13
4. Metod.....	13
4.1. Fallstudie.....	13
4.2. Kvalitativa intervjuer	14
4.3. Fallbeskrivning	14

4.4.	Urval	15
4.5.	Arbetsgång vid intervjuerna	16
4.6.	Analys av data.....	17
4.7.	Etiska riktlinjer	17
4.8.	Validitet.....	17
5.	Resultat och analys	18
5.1.	Respondenternas bakgrund.....	18
5.2.	Intranätet.....	18
5.2.1.	Tid och sökning.....	18
5.2.2.	Tillgång till intranätet	20
5.3.	Andra informationskanaler utöver intranätet	22
5.3.1.	Muntliga informationskanaler.....	22
5.3.2.	Skriftliga informationskanaler.....	23
5.4.	Val av kanal.....	24
5.5.	Engagemang.....	25
5.6.	Trekomponentsmodellen av engagemang	26
5.6.1.	Affektivt engagemang	26
5.6.2.	Normativt engagemang	27
5.6.3.	Kontinuerligt engagemang	27
6.	Diskussion och slutsats	28
6.1.	Metoddiskussion	31
6.1.1.	Fallstudie som undersökningsmetod.....	32
6.1.2.	Intervju som datainsamlingsteknik.....	32
6.1.3.	Etisk problematik	32
7.	Fortsatt forskning	33
8.	Referenser	35
9.	Bilagor	42
9.1.	Förundersökning: Sökandet efter intern information.....	42
9.2.	Informationsbrev till respondenter.....	55
9.3.	Intervjuunderlag	56
9.4.	Tabell: information respondenterna söker efter	57
9.5.	Tabell: informationskanaler som respondenterna använder utöver intranätet....	58

1. Introduktion

Vi människor existerar idag i ett samhälle där vi omges av och har tillgång till mer information än någonsin tidigare. Så är situationen även för de organisationer vi omges utav. Den information som finns samlad inom organisationen kan vara en resurs för företagets överlevnad. På grund av detta borde det vara viktigt för organisationen att ha välfungerande interna informationskanaler. Ett annat skäl är att ett välfungerande internt informationsflöde ger medarbetarna god överblick över organisationen och förstärker vi-känslan i organisationen (Erikson, 2008).

1.1. Från traditionella till digitala informationskanaler

Historiskt sett har organisationer använt sig av och varit begränsad till traditionella kanaler såsom tv-skärmar, affischer och interna tidningar för att förmedla information. Dessa kanaler innebär en envägskommunikation där budskap sänds ut till en stor massa och mottagarna har ingen möjlighet att kommunicera tillbaka till sändaren av budskapet (Stenmark, 2003). I takt med den digitala utvecklingen fick organisationer möjlighet att använda sig av intranät för intern information. Många organisationer hade emellertid bekymmer med att medarbetarna inte hade kunskap om den nya tekniken eller saknade tillgång till såväl datorer som internet (Murgolo-Poore & Pitt, 2001). Flera organisationer vidtog då åtgärder för att deras medarbetare skulle kunna tillgodogöra sig den nya digitala tekniken. Organisationer som Ford Motor, Delta Airlines och Black & Decker erbjöd under den här tidsperioden sina medarbetare förmånliga avtal för hemdatorer och internetuppkoppling (Murgolo-Poore & Pitt, 2001). Nu för tiden har organisationer troligen inte längre samma bekymmer med att medarbetarna saknar tillgång till datorer eller internet. Idag är det troligen snarare regel än undantag att organisationer använder sig av digitala medier för intern kommunikation och de möjligheter denna teknik erbjuder. Till exempel menar Sisko Maarit Lipiäinen, Ensio Karjaluoto och Nevalainen (2014) att många organisationer idag använder digitala kanaler för att underlätta kommunikation medarbetarna sinsemellan och med företagets ledning, men även för att skapa engagemang och motivation hos medarbetarna.

1.2. Intern kommunikation och engagemang

Det verkar finnas ett samband mellan intern kommunikation och medarbetarnas engagemang i organisationen (Bauer, 2001; ter Hoeven & Verhoeven, 2013; Welch, 2012). Bauers studie (2001) visar att ju mer tillfreds medarbetarna är med intranätets innehåll desto mer engagerade är de i organisationen. Welch (2012) menar att framgångsrik intern information kan bidra till engagemang i organisationen. Precis som Welch visar även ter Hoeven och Verhoeven (2013, s.264) att det finns ett positivt samband mellan det interna informationsflödet i organisationen och medarbetarnas engagemang i organisationen. Kommunikationsprocessen och utbytet av information är centralt för individens meningsskapande samt för meningsskapandet i organisationen som helhet (Kaufmann & Kaufmann, 2010).

1.3. Begränsad tillgång till information

Många medarbetare är ofta missnöjda med de informationsprodukter och kanaler som organisationer använder för intern kommunikation (Orna, 2005, s.69). Orna menar att produkterna och kanalerna ibland snarare hindrar än underlättar för medarbetarna att tillgodogöra sig informationen. Begränsad tillgång till information kan leda till att medarbetarna upplever irritation (Landby, 2014, s.26). En annan följd är att medarbetarnas motivation att arbeta samt deras tillfredsställelse med arbetet i sig kan minska (Joshi & Rai, 2000; Ljungberg, 2010). Det finns också en risk för att medarbetarna upplever att organisationen inte litar på dem (Heide, 2002, s.150). Bristande intern kommunikation kan leda till att medarbetare förlorar förtroendet för ledningen och därmed får svårare för att identifiera sig med organisationen (Tariszka-Semegine, 2012).

Jag menar att det behövs forskning kring hur medarbetarna upplever begränsad tillgång till intranät respektive information. I mitt sökande efter forskning på området har jag endast funnit de ovan nämnda undersökningarna (Heide, 2002; Joshi & Rai, 2000; Landby, 2014; Ljungberg, 2010). Därtill har jag funnit ett par studier (Heide, 2002; Lundgren, 2006) som konstaterar att det är sparsamt med kritisk forskning om intranät kopplat till effekter såsom stress, dåliga hälsa och maktutövning (Lundgren). Vidare är det ont om forskning som berör de sociala, kommunikativa och kulturella aspekterna av intranät (Heide, 2002, s.84).

1.4. Kollektivpersonal

Med kollektivpersonal menar jag individer som är anställda för att utföra arbetsuppgifter i organisationens produktion, till skillnad från tjänstepersoner. Traditionellt sett utgörs arbetare av de medarbetare som utför sina arbetsuppgifter i organisationens produktion till exempel vaktmästeri och parkarbete (Bäckhed & Törmänen, 2016). Tjänstepersoner är däremot de arbetstagare som utför sitt jobb på kontor och har administrativa uppgifter (Bäckhed & Törmänen, 2016).

Jag har haft svårt att hitta forskning som fokuserar på kollektivpersonal och digital intern kommunikation. Det finns mycket forskning kring tjänstepersoner och intern kommunikation via digitala medier (till exempel Barnes & Vidgen, 2012; Daud Norzaidi, Choy Chong, Intan Salwani & Lin, 2011; Friedl & Verčič, 2010; Horton, Buck, Waterson & Clegg, 2001; Lee & Kim, 2009; Marques, 2010; Pan, Hsieh & Chen, 2001; Rice & Shook, 1990; Sisko Maarit Lipiäinen, Ensio Karjalainen & Nevalainen, 2014; Sussman & Siegal, 2003; Welch, 2012). Undersökningar som gjorts vad gäller kollektivpersonal och digitala kanaler är färre och berör främst hur villiga medarbetarna är att använda sig av digitala system (till exempel Becker, Fleming & Keiser, 2012; Karaali, Gumussoy & Calisir, 2010). Främst undersöks det dock hur tjänstepersoner använder sig av digitala system för lärande (till exempel Ali & Magalhaes, 2008; Baldwin-Evans, 2004; Yi, Jackson, Park & Probst, 2005). En studie av Mosbeh och Soliman (2008) undersöker vilka faktorer som påverkar medarbetare att använda intranätet bland de som har tillgång till det. I studien är 34 % personal med chefsansvar och resterande 66 % utgörs av ”andra användare”. Det framgår inte om dessa är tjänstepersoner eller kollektivpersonal. Det finns således få studier där kollektivpersonal och deras användning av digitala kanaler för intern kommunikation har studerats. Svård

och Wedin (2012, s.1) undersöker dock hur tillfreds kollektivpersonal är med kommunikationen i organisationen, men i studien görs ingen åtskillnad på digital eller annan kommunikation. Studien visar att ju nöjdare medarbetarna är med den interna kommunikationen, desto nöjdare är de med sitt arbete.

Några studier (Chen, Silverthorne & Hung, 2006; Uusi-Rauva & Nurkka, 2010; Ruck & Welch, 2012; Welch & Jackson, 2007) konstaterar att det behövs forskning om vad medarbetare anser är viktigt i intern kommunikation. Det behöver forskning kring vilka informationsbehov medarbetarna har (Ruck & Welch, 2012, s.295) och vilka kanaler och vilket innehåll som de föredrar (Welch & Jackson, 2007, s.187).

1.5. Problemformulering

Jag undrar hur medarbetarna upplever sitt engagemang när deras tillgång till den interna informationen är begränsad. Ovan nämnd forskning (Bauer, 2001; ter Hoeven & Verhoeven, 2013; Welch, 2012) visar att det finns ett samband mellan intern kommunikation och medarbetarnas engagemang. Den forskning (Joshi & Rai, 2000; Landby, 2014; Ljungberg, 2010) som jag har nämnt ovan visar också att begränsad tillgång till information kan leda till att medarbetarna upplever bland annat irritation och att deras arbetsmotivation och -tillfredsställelse minskar.

Det kan vara svårt att nå alla medarbetare i en organisation. Till exempel belyser Lundgren, Strand och Johansson (2012, s.49) situationen med medarbetare som inte har tillgång till egen dator och som därmed har begränsad tillgång till företagets intranät. I studien noteras att det kan vara ett problem för den interna kommunikationen men det görs ingen undersökning eller analys om eventuella effekter av den begränsade tillgången.

Jag undrar också vilka informationskanaler medarbetare vill få information via. Ovan har jag också beskrivit forskning (Ruck & Welch, 2012; Welch & Jackson, 2007) som menar att det är begränsat med undersökningar gällande vilka kanaler för intern information som medarbetare föredrar.

1.6. Syfte och frågeställningar

Syftet med min undersökning är att söka förståelse för medarbetarnas upplevelse av sitt engagemang i organisationen i relation till de informationskanaler som medarbetarna och organisationen använder, med tonvikt på den begränsade tillgången till intranätet. Syftet med undersökningen avses uppnås genom att följande frågeställningar besvaras:

- Hur använder medarbetarna intranätet?
- Vilka informationskanaler utöver intranätet använder medarbetarna och organisationen?
- Hur tillfreds är medarbetarna med organisationens användning av informationskanalerna?
- Hur upplever medarbetarna sitt engagemang i organisationen?

1.7. Problemanvgränsning

Studien i denna uppsats avser undersöka kollektivpersonals upplevelser. Det innebär att jag inte undersöker managers/chefers/ledares upplevelser och inte heller tjänstepersoners upplevelser. I min studie undersöker jag hur kollektivpersonalen upplever en begränsad tillgång till intranätet. Undersökningen omfattar inte kollektivpersonalens upplevelser av tillgången till andra informationskanaler såsom tv-skärmar, affischer, personalmöten och liknande. Däremot undersöker jag vilka av dessa andra informationskanaler som kollektivpersonalen använder och genom vilka de föredrar att få information. I undersökningen studeras inte heller hur kollektivpersonalen upplever eller använder externa informationskanaler såsom organisationens webbsida, Facebook eller Instagram.

2. Litteraturgenomgång och tidigare forskning

I detta kapitel beskriver jag hur kommunikation betraktas i litteraturen. Jag ger också en övergripande bild av vilka möjligheter intranät erbjuder den interna kommunikationen.

2.1. Kommunikation som konstituering av organisationer

Min studie tar sin utgångspunkt i perspektivet där kommunikation inom organisationer ses som avgörande för bildandet av organisationerna. Putnam och Nicotera (2010) förklarar att i detta perspektiv, kallat Communicative Constitution of Organization, CCO, ses kommunikation som konstituerande av organisationer. Organisationen blir till genom medarbetarnas kommunikation och därtill hörande meningsskapande (Heide, Johansson & Simonsson, 2012). Heide et al. menar att kommunikation förser deltagarna med legitimitet och auktoritet som i sin tur ger dem makt och kontroll. Medarbetare ses i det här perspektivet som viktiga kommunikationspartners och de är betydelsefulla för organisationens framgång (Heide & Simonsson, 2011).

2.2. Två modeller för kommunikation

Heide, Johansson och Simonsson (2012, s.27–34) beskriver två övergripande synsätt inom kommunikationsforskning. Den ena modellen ser kommunikation som överföring av ett budskap och den andra ser kommunikation som delning av ett budskap.

2.2.1. Överföring av budskap

Med överföring av budskap avses att kommunikation består av information och kunskap som transporteras mellan individer. Kommunikationsprocessen är linjär och består av en sändare, ett budskap och en mottagare (Heide, Johansson & Simonsson, 2012). Kommunikationen karaktäriseras av att vara riktad åt ett håll, från sändaren till mottagaren, och kan förklaras som en envägskommunikation där mottagaren av budskapet ses som en passiv individ som är villig att ta emot budskapet (se bild 1).

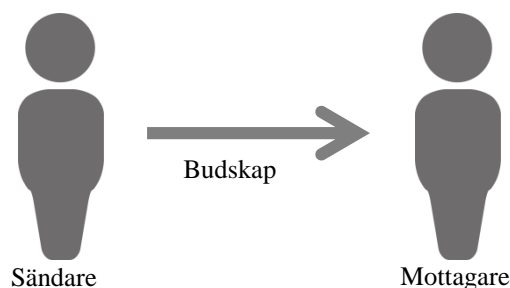


Bild 1. Kommunikation som överföring av budskap, fritt efter Heide, Johansson och Simonsson (2012)

I denna modell är utgångspunkten att det inte finns någon risk för tolkningsproblem. Ord anses innehålla exakta och klara betydelser som mottagaren utan problem kan ta till sig (Heide et al., 2012). Den kritik som har riktats mot sändare-mottagare-modellen är att den förbiser de tolkningsproblem som kan uppstå (Heide et al., 2012).

Tolkningsproblem kan härröra ur mottagarens attityder, sociala relationer, värderingar, förkunskaper och tolkningar. En risk med kommunikation som överföring av budskap är att mottagaren inte tar till sig budskapet. Det kan hända om mottagaren upplever att budskapet inte ser till den enskilde individens roll, vilket i sin tur kan medföra att mottagaren inte visar intresse för budskapet. Modellen förbiser dock hur kommunikation och organisation påverkar och reproducerar varandra. Kommunikationen ses istället som ett fenomen som existerar avskilt från och oberoende av den organisatoriska kontexten (Johansson & Heide, 2008, s. 293).

2.2.2. Delning av budskap

Med kommunikation som delning av budskap avses att kommunikation i sig självt innebär att mottagaren ständigt deltar som medskapare av budskapet (Heide, Johansson & Simonsson, 2012). Sändaren och mottagaren deltar i en tvåvägskommunikation. När den som har tagit emot ett budskap har möjlighet att återkoppla hur budskapet har tolkats kan sändaren få förståelse för om budskapet har tolkats på det sätt som hen avsett. Interaktion och engagemang uppstår som följd av att både sändaren och mottagaren lyssnar, reagerar och responderar (se bild 2).

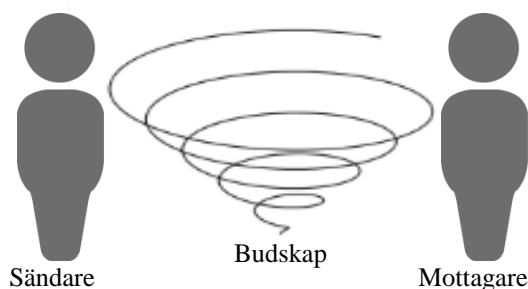


Bild 2. Kommunikation som delning av budskap, fritt efter Heide, Johansson och Simonsson (2012)

Heide et al. (2012) lyfter även fram att tvåvägskommunikation öppnar upp för problemlösning mellan de som deltar i kommunikationen. Detta till skillnad från envägskommunikationen som reducerar kommunikationen till ett verktyg för att uppnå ett bestämt mål, vilket innebär att sändaren informerar mottagaren utan att mottagaren får möjlighet att återkoppla sin tolkning av budskapet.

2.3. Intern kommunikation

Det är brukligt att i organisationer se på kommunikationen som intern och extern (Larsson, 2008, s.79–81). Intern kommunikation är den som pågår inom en organisation, medan extern kommunikation är riktad mot organisationens kunder, leverantörer och samarbetspartners, liksom även mot media.

I denna undersökning väljer jag att definiera intern kommunikation som de aktiviteter organisationer initierar med målet att sprida information på alla hierarkiska nivåer. Detta görs för att stödja aktivt samarbete och utveckling samt för att nå enhetliga resultat. Definitionen har jag hämtat från Mazzei (2010). Martynenko (2015) har studerat hur intern kommunikation har definierats i litteraturen mellan åren 1991 och 2012. Martynenko (s.91) menar att i definitionerna återfinns genomgående följande begreppsförklaring: intern kommunikation utgörs av de kommunikativa aktiviteter som leder till effektivt samarbete mellan medarbetare och som i sin tur stimulerar utbyte av kunskap inom organisationen. Intern kommunikation kan också definieras som de interaktiva processer som sker inom organisationer (Mazzei, 2010). De processer som åsyftas har som mål är att få medarbetarna att vilja applicera sina kunskaper i arbetet samt att utbyta information inom organisationen (Mazzei, 2010). Intern kommunikation förmedlar riktlinjer och uppförandekoder och fungerar därmed som stöd i organisationers dagliga verksamhet (Rutanen, 2013).

2.3.1. Formell och informell intern kommunikation

Organisationens interna kommunikation kan ses i form av formell respektive informell (Larsson, 2008, s.80). Enligt Larsson är formell kommunikation de kommunikativa aktiviteter som företagens ledning initierar och förutsätter blir utförda. Den formella kommunikationen innebär förmedling av organisationens mål, policy, regler och riktlinjer och den består av producerad information såsom möten, informationsmaterial och intranät (Larsson, 2008). Informell kommunikation är den kommunikation som sker mellan medarbetarna vid sidan av den formella. Larsson menar att formella kanaler sällan helt tillfredsställer personalens behov av information. Ju mindre den formella kommunikationen möter medarbetarnas behov desto mer utvecklas den informella. Larsson beskriver den informella kommunikationen som ”djungeltelegrafen” (2008, s.80) och förklarar att den kan utgöras av bland annat spontana gruppmöten, berättelser och rykten.

Medarbetare har visat sig vara mer engagerade i organisationen om de får information om hur de ska utföra sina arbetsuppgifter via formella kanaler än via informella kanaler (Postmes, de Wit & Tanis, 2001, s.231). Postmes et al. menar vidare att när medarbetarna får information om organisationens strategiska mål via formella kanaler ges de också en möjlighet att skapa sig en förståelse för organisationen som en helhet.

2.3.2. Välfungerande intern kommunikation

Genom intern kommunikation stärks relationer mellan medarbetare och ledning (Welch, 2012). Welch menar att organisationens effektivitet ökar som en följd av intern kommunikation. En välfungerande internkommunikation ger medarbetarna god överblick, skapar enighet om organisationens mål och förbättrar beslutsunderlagen

(Eriksson, 2008, s.70–71). Eriksson menar även att den ökar vi-känslan och medarbetarnas motivation, motverkar ryktesspridning samt minskar personalomsättning. Valfungerande intern kommunikation kan få medarbetare att känna sig som en del av organisationen (Rousseau, 1998, s.227), motverka förlust av förtroende och identifikation med organisationen (Tariszka-Semegine, 2012) samt medverka till att skapa engagemang hos medarbetarna (Welch, 2013).

2.3.3. Bristande intern kommunikation

En av organisationens avsikter med att ge medarbetare tillgång till intern information är att få medarbetarna att känna tilltro till organisationen (Eklöw & Rosengren, 2005, s.19). Ett annat mål är att minska osäkerhet och tvetydighet i organisationen (Heide, 2002, s.150). Bristande intern kommunikation kan däremot leda till stress, osäkerhet och frustration (George & Jones, 2012, s.440) samt missnöje (Argenti & Barnes, 2009, s.139). Ytterligare en följd är att medarbetarna kan uppleva förlust av makt (Checkland & Holwell, 1998, s.9; Farrant, 2003, s.41) samt hamna i utanförskap (Reuterskiöld, 2014, s.52).

Till skillnad från ovan nämnd forskning som visar på negativa följder av en begränsad tillgång till information diskuterar Ström och Wiklund (2000, s.34) en möjlig positiv effekt av begränsad tillgång till intranät. De menar att den begränsade tillgången kan leda till att medarbetarnas interaktion ansikte mot ansikte ökar eftersom de tvingas förflytta sig fysiskt för att inhämta specifik information. Ström och Wiklund menar att detta i sin tur leder till fördjupade relationer mellan medarbetarna.

2.3.4. Intern kommunikation och engagemang

Det finns ett positivt samband mellan informationsflödet i organisationen och medarbetarnas engagemang (Postmes, de Wit & Tanis, 2001, s.242; ter Hoeven & Verhoeven, 2013, s.264). Medarbetare är engagerade i organisationen om de är välinformerade om organisationens mål och de utvecklingsmöjligheter som arbetet erbjuder (ter Hoeven & Verhoeven, 2013, s.265) samt får tillräckligt med information för att kunna utföra sina arbetsuppgifter (Postmes, de Wit & Tanis, 2001, s.231). Ruck och Welch (2012, s.301) menar att intern kommunikation som innebär effektivt informationsutbyte kan resultera i att medarbetarna känner engagemang, både i jobbet och i organisationen. I artikeln ”Valuing internal communication; management and employee perspectives” beskriver författarna den modell för medarbetares engagemang i organisationen som de arbetat fram (se bild 3).

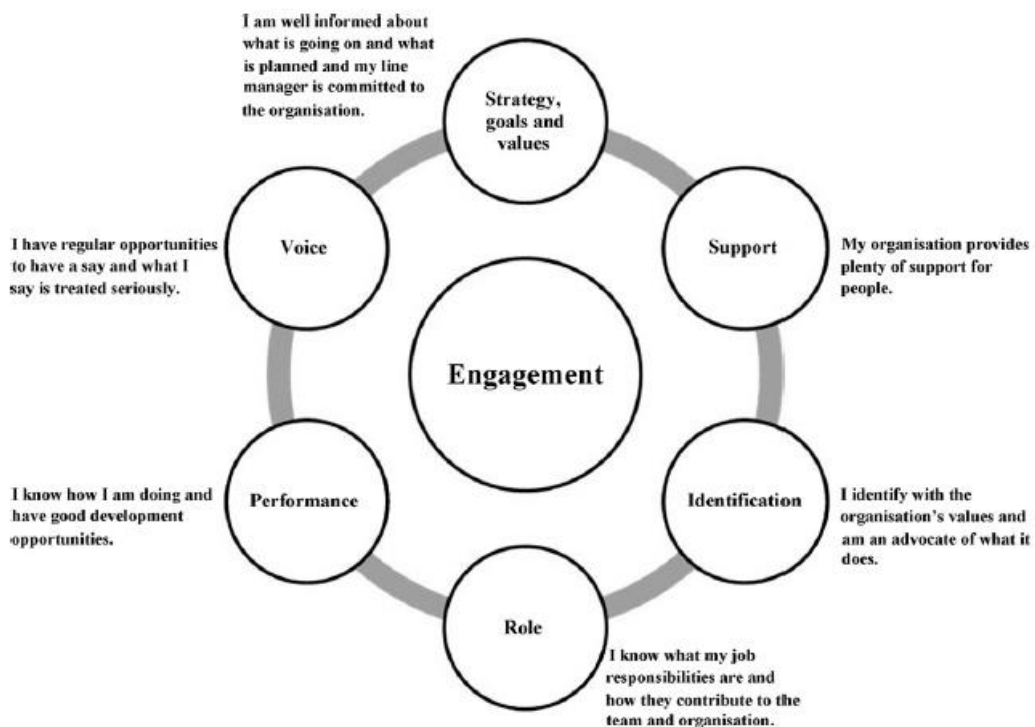


Bild 3. Modell för de områden som intern information och kommunikation bör täcka för att stimulera medarbetares engagemang i organisationen (återgiven med tillstånd av Mary Welch. Modellen är hämtad från Ruck & Welch, 2012, s.300).

Ruck och Welch argumenterar för att medarbetares engagemang är en naturligt följd av intern kommunikation om kommunikationen innebär ett effektivt informationsutbyte med ledare, kollegor och arbetslag. I modellen förespråkas en balans mellan kommunikation som relateras till medarbetarens yrkesroll respektive till organisationen i stort. För att intern information och kommunikation ska kunna stimulera medarbetares engagemang i organisationen bör kommunikationen täcka de sex områden som modellen visar. Intern kommunikation bör beröra organisationens övergripande strategiska mål och värderingar, information om det stöd och de förmåner som organisationen erbjuder medarbetarna, möjligheter för medarbetarna att få återkoppling på sina individuella resultat samt information om sina roller och sina skyldigheter. Medarbetarna bör även få möjligheter att göra sina röster hörda samt kunna identifiera sig med organisationen och dess värderingar.

2.4. Kanaler för intern kommunikation

Som jag i det ovanstående har framfört kan intern information kommuniceras via olika kanaler. Larsson (2008, s.208–209, 215) ger en kortfattad beskrivning över hur interna informationskanaler kan delas upp i kanaler för muntlig information som till exempel möten och samtal samt skriftlig information som till exempel personaltidning och nyhetsbrev. Andra kanaler är sådana för elektronisk information som till exempel intranät och mejl samt anslags- och utställningsinformation på anslagstavlor och skärmar. Internt profilmaterial och sociala aktiviteter i form av utflykter och tävlingar är ytterligare kanaler (Larsson, 2008).

2.4.1. Digitala kanaler respektive möte ansikte mot ansikte

Digitala kanaler kan underlätta intern kommunikation (Sisko Maarit Lipiäinen, Ensio Karjaluoto & Nevalainen, 2014, s.275, 282). Sisko Maarit Lipiäinen et al. visar i sin studie att multinationella företag använder digitala kanaler som till exempel intranät, bloggar och e-mail som kanaler för främst formell kommunikation. De menar att digitala kanaler är mer lämpade för att utveckla medvetenhet om organisationens mål än för att skapa engagemang och en känsla av tillhörighet till organisationen. Detta beror på att kommunikationen som sker i de kanalerna är uppgiftsorienterad och kan därmed upplevas som begränsande för medarbetarnas möjligheter att utveckla personliga relationer med varandra (Sisko Maarit Lipiäinen et al.). Av den anledningen är det därför viktigt att den interna kommunikation dagligen innehåller informationsutbyte som sker ansikte mot ansikte (Sisko Maarit Lipiäinen et al.).

Detta kan jämföras med studier (Johnson, 2015; Stein, 2006; White, Vanc & Stafford, 2010) som visar att medarbetare verkar föredra kommunikation som sker ansikte mot ansikte framför kommunikation via digitala motsvarigheter. Förklaringar till det är att kommunikation som sker ansikte mot ansikte kan underlätta för medarbetare att stärka relationerna med varandra och därmed utveckla känslor av gemenskap (Stein, 2006; White, Vanc & Stafford, 2010). Individer vill vända sig till en person som de känner och litar på och därför har kvaliteten på en individs interpersonella nätverk avgörande betydelse för informationssökning (Johnson, 2015). Friedl och Verčič (2011) visar däremot att medarbetare vill få information om organisationens övergripande strategiska mål och riktlinjer både genom ansikte mot ansikte och via intranätet. Det kan liknas vid resultat från Stenmarks (2010) studie som visar att den mest frekvent använda informationskanalen inom organisationer är interna kollegor, tätt följt av den egna datorn och intranätet.

2.4.2. Informationstäthet och kombination av olika kanaler

För att kunna nå ut med information till de anställda bör organisationer göra noga avvägningar av vilka informationskanaler de använder. Organisationer bör även göra noga avvägningar kring vilken information som de förmedlar via de respektive kanalerna. Welch (2012) menar att information behöver förpackas i format som är användbara och enkla för medarbetarna att tillgå. Vidare bör kommunikation ske via kanaler som är lämpliga för kommunikationens innehåll (Marques, 2010). Om individer är omedvetna om vilket innehåll som finns att tillgå i informationskanalen, om de inte vet hur de gör för att hitta innehållet eller om de är osäkra på innehållets relevans så kan de inte arbeta med det (Brocke & Simons, 2014, s.4). Welch (2012) menar att medarbetare undviker att söka information i kanaler som de ogillar eller känner motvilja för.

För att nå ut med information till de anställda bör organisationer kombinera flera typer av kanaler för att förmedla information. Olika medarbetare föredrar olika typer av kanaler för olika typer av information (Welch, 2012; Woodall, 2006). Det innebär att budskap bör spridas via multipla kanaler så att medarbetare har möjlighet att välja vilket medium de vill söka intern information i (Welch, 2012). I likhet med Welch (2012) och Woodall (2006) visar även White, Vanc och Stafford (2010, s.74) att medarbetare som får information från flera olika källor är som mest nöjda med den interna

informationshanteringen. Även Larsson (2008, s.214) menar att en kombination av informationskanaler ger bättre resultat än användning av en enstaka kanal.

När det gäller de olika kanalernas informationstäthet kan det tänkas att medarbetare vill kombinera kanaler med varierande informationstäthet. Kanaler med hög informationstäthet möjliggör ett rikt informationsutbyte och motsatsen gäller för kanaler med lågt informationstäthet (Ruck & Welch, 2012, s.300). Kanaler som erbjuder kontakt ansikte mot ansikte har hög informationstäthet medan kanaler som är opersonliga och förlitar sig på regler, former, procedurer eller databaser har låg informationstäthet (Ruck & Welch). Utifrån ovan beskrivning kan intranätet ses som en kanal med låg informationstäthet medan ett personligt möte med kollegor är rikt på information. Möjligen vill medarbetare kombinera information som hen hämtat från intranätet med information som hen hämtat i det personliga mötet. Arbetsuppgifter som innebär en hög grad av osäkerhet för medarbetarna kräver en kommunikationskanal som är rik på information medan arbetsuppgifter som innebär låg grad av osäkerhet kräver en informationskanal som är relativt ”lean” (Trevino, Lengel & Draft, 1987).

2.5. Intranät

En organisations intranät kan ses som dels en allmän kontakt- och kommunikationskanal, dels en elektronisk anslagstavla där allmän personalinformation i form av nyhetsutskick och beslut finns att tillgå. Larsson (2008) menar att intranät även kan fungera som ett arbetsverktyg och processtöd i den organisatoriska verksamheten genom att manualer, prislistor och projektmaterial finns att tillgå. I intranätet länkas olika datorsystem för kommunikation och datalagring samman. Larsson (2008) förklarar vidare att intranätet ger mottagarna tillgång till ny information omedelbart när den publiceras och utgör en samlad lagrings- och sökplats för olika typer av material. Många organisationer använder intranät som den främsta kommunikationskanalen för att kommunicera internt (Bauer, 2001; Larsson, 2008).

2.5.1. Intranät möjliggör kommunikation

Intranät används som en kommunikationskanal för organisationens medarbetare och som ett medel för att förbättra organisationens effektivitet (Skok & Kalmanovitch, 2005). Skok och Kalmanovitch menar att när kunskapshanteringen i organisationen ökar så ökar också betydelsen av intranätet för organisationens effektivitet. Intranät spelar en viktig roll för kunskapsutbyte och informationshantering i organisationer, eftersom det kan underlätta delandet av kunskap (Skok & Kalmanovitch, 2005) och uppmuntra medarbetare att delta i organisationens verksamhet (Beirne & Cromack, 2009). Intranät kan göra det möjligt för kollegor att kommunicera med varandra, oavsett var de befinner sig och vilken hårdvara eller vilket operativsystem de använder (Mosbeh & Soliman, 2008). Värt att påpeka är dock att medarbetarna behöver ha tillgång till intranätet för att kunna kommunicera via det. Viss personal kan helt eller delvis sakna tillgång till intranätet, till exempel verkstadsanställda eller bygg- och anläggningsarbetare (Larsson, 2008).

För att medarbetarna ska ha möjlighet att tillägna sig kunskap om arbetet som ska utföras behöver tillgången till intranätet vara stor (Chu & Chu, 2011, s.1164). När medarbetare inte har fri tillgång till datoriserade informationssystem upplever de

missnöje med dem (Igbaria & Nachmann, 1990, s.79). När medarbetare har ökad tillgång till intranätet är de mer tillfreds med det (Phelps & Mok, 1999). Igbaria och Nachmann (1990) menar därför att det är viktigt att ge medarbetarna obegränsad tillgång till datorresurser för att öka användarnas tillfredsställelse med systemen. Medarbetare som är tillfreds med intranätet och med den information som där presenteras besöker det ofta och använder informationen i sina dagliga arbetsuppgifter (Bauer, 2001). Medarbetarna behöver även ha tid till förfogande för att använda intranätet. White, Vanc och Stafford (2010, s.81) konstaterar att de flesta medarbetarna inte verkar ha tillräckligt med tid för informationsökning på intranätet.

2.5.2. Informationssökandet på intranät

Medarbetare inom tillverkningsindustrin använder intranätet främst för att få nyheter, få information om organisationen, ta reda på information om sin anställning, söka efter interna lediga tjänster samt hitta information om service, till exempel restaurangens meny och tidscheman (Stenmark, 2010). Stenmarks undersökning visar att drygt en tredjedel av medarbetarna i tillverkningsindustrin använder intranätet för informationssökning dagligen och majoriteten av medarbetarna söker information minst någon gång i veckan.

3. Teori

I detta kapitel beskriver jag det teoretiska ramverk som min undersökning baserar sig på.

3.1. Engagemang

Organisationer bör sträva efter att deras medarbetare är engagerade i företaget och i sitt arbete. Detta eftersom det är minst sannolikt att medarbetare med ett högt engagemang lämnar organisationen (Allen & Meyer, 1990, s.1). Engagemang kan beskrivas som intresse för eller inlevelse i något (Språkrådet, 2016). I min studie utgår jag ifrån Berglunds (2010) definition av engagemang som en vilja hos medarbetaren att fokusera på och investera stor energi i arbetsuppgiften, bidra till att det går bra för organisationen, ställa upp på gemensamma mål eller att identifiera sig själv med arbetet och organisationen. Berglund (2010) menar att engagemang primärt handlar om medarbetarens inställning snarare än hans agerande. Berglund skriver att "[e]ftersom handlingen är det som ger resultat och är till nytta för organisationen ska engagemang ses som något nödvändigt men inte tillräckligt för att nå de effekter som eftersträvas. Organisationen behöver alltså också ha ett sätt att tillvarata ett eventuellt engagemang" (2010, ss.44–45).

Engagemang kan delas upp i engagemang i organisationen eller i det egna arbetet (Fornes, Rocco & Wollard, 2008). Engagemang i organisationen översätts med hur starkt medarbetaren identifierar sig med organisationens mål och värderingar. Engagemang i det egna arbetet översätts med hur starkt medarbetaren identifierar sig med sina kollegors värderingar, sina arbetsuppgifter och sin karriär. Fornes, Rocco och Wollard (2008) menar att ju viktigare en arbetsuppgift är desto större engagemang har medarbetaren i det egna arbetet. Författarna betonar även att medarbetarens engagemang

i organisationen är större bland medarbetare som ges möjlighet att delta i beslutsfattande och göra sin röst hörd.

3.1.1. Trekomponentsmodellen av engagemang

Meyer och Allen (1991; 2004) menar att medarbetares engagemang består av tre separata komponenter: affektivt, normativt och kontinuerligt. Medarbetare kan uppleva olika grad av de tre komponenterna. Modellen, kallad Three Component Model (TCM), skisseras i bild 4.

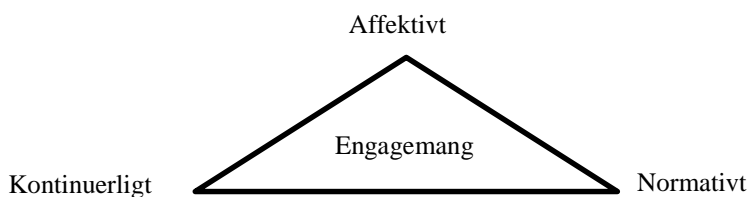


Bild 4. Medarbetares engagemang i organisationen består av en affektiv, en kontinuerlig och en normativ komponent (fritt efter Allen och Meyer, 1990 samt Meyer och Allen, 1991; 2004)

En medarbetare med högt affektivt engagemang känner sig knuten till organisationen och jobbet hen utför (Meyer & Allen, 1991; 2004). Medarbetaren identifierar sig också med organisationens mål och värderingar och känner en genuint uppriktig vilja att vara en del av och fortsätta ingå i organisationen (Meyer & Allen, 2004). Affektivt engagemang utvecklas parallellt med de känslor av tillfredsställelse och personlig kompetens som medarbetaren upplever när hen når framgång i sitt arbete (Meyer & Allen, 1991, s.82).

Medarbetare med ett starkt normativt engagemang upplever hög lojalitet mot organisationen. Detta kan komma sig av att individer som är betydelsefulla för medarbetaren har varit anställda lång tid i företaget och har påtalat vikten av att vara lojal mot organisationen (Meyer & Allen, 2004). Det normativa engagemanget speglar ett tvång att stanna kvar i organisationen och det kan förklaras med en känsla av förpliktelse. Medarbetaren kan uppleva sig stå i skuld till organisationen som har investerat tid och pengar på medarbetaren, genom till exempel utbildning och förmåner men också genom karriärmöjligheter och lön (Meyer & Allen, 1991, s.83).

Kontinuerligt engagemang utvecklas i takt med hur mycket tid och energi medarbetaren investerar i organisationen samt i takt med medarbetarens upplevelse av hans möjligheter att skaffa sig en annan anställning (Meyer & Allen, 2004). Kontinuerligt engagemang uppstår således när medarbetaren väger för- och nackdelar med att lämna organisationen (Meyer & Allen, 1991). Det kan handla om vinster med att fortsätta arbeta för organisationen eller förluster med att lämna organisationen (Allen & Meyer, 1990, s.3). Engagemang i form av kontinuitet speglar därmed ett behov att stanna kvar i sin anställning utifrån de kostnader det skulle innebära att avsluta sin anställning (Meyer & Allen, 1991, ss.82–83).

Det affektiva engagemanget är den typ av engagemang som föredras inom organisationer (Postmes, de Wit & Tanis, 2001). Detta eftersom affektivt engagemang ses som en följd av en genuin vilja att höra till organisationen, medan normativt och kontinuerligt engagemang är resultat av tvång och bristande valmöjlighet (Meyer &

Allen, 1991). En annan förklaring till att affektivt engagemang företräds inom organisationer skulle kunna vara det positiva sambandet mellan det och arbetstillfredsställelse respektive arbetsresultat (Meyer, Stanley, Herscovitch & Topolnytsky, 2002, s.32, 36).

3.1.2. Trekomponentsmodellen och intranät

Medarbetarnas engagemang ökar i takt med hur ofta och hur mycket de använder intranätet samt med hur tillfreds de är med dess innehåll (Bauer, 2001).

Affektivt engagemang ökar i takt med att medarbetarna är tillfreds med intranätet (Bauer). Bauer resonerar att en möjlig förklaring kan vara att när medarbetare upplever att organisationen anstränger sig för att förse dem med innehåll av hög kvalitet är det mer sannolikt att medarbetarna känner sig knutna till organisationen. En annan förklaring kan vara att hög kvalitet på intranätets innehåll ses som ett tecken på att organisationen bryr sig om medarbetarnas kunskap och engagemang i organisationen (Bauer). I likhet med Bauer menar även Rousseau (1998) att tillgång till kvalitativ information kan öka medarbetarnas känsla av att vara en del av organisationen.

Precis som affektivt engagemang ökar även normativt engagemang i takt med att medarbetarna är tillfreds med intranätet (Bauer). Enligt Bauer är en möjlig förklaring att medarbetare associerar organisationens ansträngningar att informera medarbetarna med ömsesidiga känslor av moralisk skyldighet gentemot organisationen. Kontinuerligt engagemang minskar i takt med medarbetarens minskande användning av intranätet (Bauer). Bauer resonerar att en möjlig förklaring kan vara att medarbetare som sällan använder intranätet har mindre kunskap om de förmåner som organisationen erbjuder.

4. Metod

I min studie använder jag mig av fallstudie som undersökningsmetod och kvalitativa intervjuer som datainsamlingsteknik.

4.1. Fallstudie

Syftet med min undersökning är att söka förståelse för medarbetarnas upplevelse av sitt engagemang i organisationen i relation till de informationskanaler som medarbetarna och organisationen använder, med tonvikt på den begränsade tillgången till intranätet. Därför anser jag det vara lämpligt att genomföra undersökningen som en fallstudie. Undersökningsmetoden fallstudie är lämplig att använda för att svara på frågorna ”hur” eller ”varför” (Yin, 2003, s.1). Yin menar att en fallstudie är en empirisk undersökning av ett tillfälligt fenomen i sin verkliga kontext. Syftet med en fallstudie är att skapa en helhetsbild av fallet och en fördjupad kunskap om det unika i fallet genom rika beskrivningar av kontexten (Pickard, 2013, s.101). Det kan leda till förståelse av ett specifikt fenomen, men det är förståelsen av fallet som är av största vikt (Pickard, 2013). Pickard betonar att fallstudier kan vara av både kvalitativ och kvantitativ sort. I denna undersökning använder jag mig av en kvalitativ datainsamlingsteknik.

4.2. Kvalitativa intervjuer

I min undersökning vill jag söka förståelse för medarbetarnas upplevelse av sitt engagemang i organisationen i relation till de informationskanaler som medarbetarna och organisationen använder, med tonvikt på den begränsade tillgången till intranätet. Eftersom en undersökning som strävar efter att förstå hur personer upplever fenomen är av kvalitativ art (Kvale, Brinkmann & Torhell, 2009; Pickard, 2013) föll sig valet att använda en kvalitativ insamlingsmetod därmed naturligt.

Jag har valt att använda mig av semistrukturerade intervjuer för att låta fokus i samtalet vara på informanternas utsagor och låta dem tala fritt och öppet om sina upplevelser och åsikter. I en semistrukturerad intervju utgör frågorna en bas och ger samtidigt utrymme för undersökaren att uppmuntra informanten till att fördjupa sig i det hen anser vara viktigt (Pickard, 2013, s.200). Undersökningsmetoden resulterar i kvalitativa, beskrivande och djupgående data som är specifika för informanterna (Pickard, 2013, s.196).

Jag övervägde även att låta informanterna besvara ett frågeformulär om deras engagemang i organisationen efter den så kallade trekomponentsmodellen (som beskrivs i kapitel 3.1.1.). Jag valde dock att inte använda frågeformuläret eftersom min undersökning är en studie av kvalitativ art som söker förståelse för informanternas upplevelser. Ett frågeformulär ger resultat i form av siffror. Siffror skulle inte ge en förståelse för informanternas upplevelser och skulle därmed inte uppfylla studiens syfte och inte heller bidra till att besvara studiens frågeställningar.

4.3. Fallbeskrivning

Jag har valt att genomföra min undersökning på Företaget AB Sverige. Namnet är fiktivt för att anonymisera organisationen. Kommunikatören på Företaget AB Sverige uppger att organisationen implementerade sitt intranät år 2001 och att det inte finns någon dokumenterad strategi för hur intranätet ska användas. I organisationens kommunikationspolicy (Företaget AB Sverige, 2015) uppges att intranätets målgrupp är ”alla medarbetare” (s.8) och att medarbetarna ska ha tillgång till intranätet dagligen. Vidare har ”[a]lla medarbetare (...) ansvar för att hålla sig informerade, dvs aktivt söka information, i syfte att göra ett gott arbete” (s.8).

Inför denna undersökning genomförde jag en förundersökning (se bilaga 9.1) på Företaget AB Sverige. Förundersökningen visar att medarbetarna inom produktionen har begränsad tillgång till intranätet. De når det endast i organisationens lokaler och inte hemifrån. Datorer finns endast i medarbetarnas pausrum och det finns en dator per pausrum. Medarbetarna befinner sig bara i pausrummen under pauser och raster, vilket innebär att informationssökning endast kan ske då. Min förundersökning visar vidare att några medarbetare inom produktionen anser att informationen som presenteras på intranätet är mindre viktig för det dagliga arbetet. Samtidigt berättar medarbetarna att de besöker intranätet dagligen. Det är intressant att medarbetarna upplever att informationen som presenteras på intranätet inte är viktig för dem och att tillgången till intranätet är begränsad och det dagliga användandet.

Forskning (Bauer, 2001; ter Hoeven & Verhoeven, 2013; Welch, 2012) visar att framgångsrik intern information kan bidra till engagemang i organisationen och är central för individens meningsskapande (Kaufmann & Kaufmann, 2010). Forskning visar även att begränsad tillgång till information kan leda till att medarbetare upplever irritation (Landby, 2014, s.26), stress, osäkerhet och frustration (George & Jones, 2012, s.440), missnöje (Argenti & Barnes, 2009, s.139) samt minskad arbetsmotivation och arbetstillfredsställelse (Joshi & Rai, 2000; Ljungberg, 2010). Det kan också leda till att individen hamnar i utanförskap (Reuterskiöld, 2014, s.52) samt förlorar förtroendet för ledningen och därmed får svårare för att identifiera sig med organisationen (Tariszka-Semegine, 2012). Dessa forskningsresultat väcker min nyfikenhet att söka förståelse för medarbetarnas upplevelse av sitt engagemang i organisationen i relation till de informationskanaler som medarbetarna och organisationen använder, med tonvikt på den begränsade tillgången till intranätet.

4.4. Urval

Totalt har Företaget AB Sverige ungefär 500 medarbetare, varav cirka 350 utgörs av kollektivpersonal. Jag bedömde att intervjuer med sex medarbetare skulle ge en tillräcklig datamängd, med tanke på undersökningens storlek och tidsramen för studien. Jag tror också att det hade varit problematiskt att få en överblick över resultatet om jag hade genomfört fler intervjuer. Jag baserar mitt resonemang på en rekommendation i läroboken ”Kvalitativa intervjuer” av Jan Trost (2010, s.143). Trost menar att eftersom materialet efter intervjuer ofta blir omfattande och tar tid att skriva rent och analysera bör antalet intervjuer inte vara för stort, utan begränsas till mellan fyra och åtta stycken.

Syftet med min undersökning är att söka förståelse för medarbetarnas upplevelse av sitt engagemang i organisationen i relation till de informationskanaler som medarbetarna och organisationen använder, med tonvikt på den begränsade tillgången till intranätet. Målet med min undersökning är inte att nå ett resultat som går att generalisera. För att välja ut informanter använde jag mig därför av bekvämlighetsurval, som enligt Bryman och Nilsson (2011, s.114) innebär att använda informanter som för tillfället finns tillgängliga för forskaren. Bryman och Nilsson menar att resultat från ett sådant urval inte är möjliga att generalisera. På grund av svårigheterna att generalisera får forskaren därmed inte några slutgiltiga resultat men de kan utgöra en språngbräda för fortsatt forskning (Bryman & Nilsson).

Bryman och Nilsson (2011, s.115) menar vidare att sannolikhetsurval till skillnad från icke-sannolikhetsurval ofta innebär krävande förberedelser som konsumerar tid och resurser. Företaget AB Sverige är en stor och komplex organisation med många avdelningar och hierarkisk struktur där beslut ska förankras på varje nivå. För att ge mig möjlighet att välja informanter hade beslut behövt fattas på flera nivåer. Eftersom denna process hade riskerat att spräcka tidsramen för undersökningen lät jag organisationen välja ut informanter.

För att förebygga risken för att informanter blir följsamma med eventuella åsikter som härstammar ur organisationen bör det finnas en spännvidd bland dem (Hanna Maurin Söderholm, personlig kommunikation, 2016). Jag bad därför organisationen att välja ut informanter med olika bakgrund, enligt följande:

- Antal anställningsår: 0–2 år; 5–10 år; 15–20 år; 25–30 år; 35 år och mer
- Antal levnadsår: 18–25 år; 26–35 år; 36–45 år; 46–55 år; 56 år och äldre
- Från olika funktioner, enheter och skiftlag
- Olika utbildningsbakgrund med avseende på högsta utbildning

Vid tillfället för planering av datainsamlingen stod organisationen inför en kritisk situation med en hög arbetsbelastning inom ledningen för produktionen. Detta medförde att mina önskemål om informanternas olika bakgrund inte kunde mötas av produktionsledningen. Urvalet gjordes istället av produktionsledaren i samråd med respektive avdelnings samordnare. Detta medför svårigheter att garantera informanternas anonymitet. Med detta följer även den risk som jag ville förebygga, att informanterna är följsamma med eventuella åsikter som härstammar ur organisationen. För att förhålla mig till detta hade jag kunnat avvakta med datainsamlingen till dess att företagets arbetsbelastning minskat, men då tidsramen för färdigställandet av denna uppsats var starkt begränsad valde jag att fullfölja datainsamlingen. Jag gjorde även bedömningen att då informanterna var medvetna om att Företaget AB Sverige kände till deras medverkan i undersökningen förelåg endast en smärre risk för brott mot de etiska riktlinjerna med avseende på anonymiteten. Jag ansåg det dock fortsatt viktigt att skydda informanternas identitet. Problematiken diskuterar jag i kapitel 6.1. Metoddiskussion. Där diskuterar jag även risken för att informanterna svarade på mina frågor så som organisationen önskar och även risken för att de höll tillbaka med sina åsikter. Informanterna benämns fortsättningsvis som respondenter.

4.5. Arbetsgång vid intervjuerna

Inför intervjun fick respondenterna ett informationsbrev (se bilaga 9.2) om undersökningen. Intervjuunderlaget (se bilaga 9.3) som jag arbetade fram bestod av bakgrundsfrågor som klargjorde respondentens anställningslängd, ålder, högsta utbildning samt vilken befattning och avdelning personen tillhör. Därpå följde frågor om respondenten användning av intranätet samt frågor om hur respondenten upplever tillgången till intranätet. Därefter följde frågor om vilka andra informationskanaler respondenten använder. Efter detta ställde jag frågor till respondenten om hur hen upplever sitt engagemang i organisationen. För att ge respondenten och mig en gemensam begrepps bild av ordet engagemang delgav jag först respondenten den definition av begreppet som jag använder mig av. Slutligen ombads respondenten reflektera över hens engagemang i organisationen i relation till tillgången till intranätet.

Intervjuerna genomfördes under två dagar i slutet av april 2016. Sex medarbetare intervjuades och varje intervju tog cirka 30 minuter. Eftersom intervjuerna genomfördes under respondenternas arbetstid hade de begränsat med tid till förfogande. När respondenterna befann sig hos mig på intervju behövde deras kollegor täcka upp för dem i produktionen och därför tilläts intervjun endast ta 30 minuter. Intervjuerna genomfördes i ett enskilt rum i kontorsbyggnaden på företaget. Intervjuerna spelades in och transkriberades i anslutning till varje intervju, enligt rekommendation från Pickard (2013, s.201). Det transkriberade materialet utgjordes av totalt 42 sidor text.

4.6. Analys av data

Den analysmodell jag valde för tolkning av det insamlade empiriska materialet är teoretiskt präglad. Tillvägagångssättet benämner Kvale och Brinkmann (2009) som ”ingen avancerad analytisk teknik” (s.253). I praktiken innebar detta att jag läste igenom det transkriberade materialet noggrant flera gånger för att få en helhetsbild av innehållet. Därpå betraktade jag materialet utifrån den tidigare forskning som jag har presenterat i kapitel 2. Litteraturgenomgång och tidigare forskning. I analysen använde jag mig även av Meyer och Allens (2004) trekomponentsmodell av engagemang.

4.7. Etiska riktlinjer

Vetenskapsrådet betonar i skriften ”Forskningsetiska principer” vikten av att forskning uppfyller de fyra etiska principerna: kravet på information, samtycke, konfidentialitet samt nyttjande. Min studie uppfyller kraven genom att respondenterna fick information om att det är frivilligt att delta, att de när som helst kunde avbryta sitt deltagande samt att de gav sitt samtycke att delta. Respondenterna informerades även om vad den insamlade informationen används till och de fick möjlighet att ta del av den färdiga rapporten. Respondenterna informerades om att jag aidentifierar dem i rapporten och att det därmed inte går att göra kopplingar mellan personer och uttalanden. Jag valde även att aidentifiera organisationen genom att benämna den som Företaget AB Sverige, istället för att nämna dess verkliga namn.

Eftersom respondenterna i denna studie var medarbetare i organisationen medför det etiska svårigheter att garantera konfidentialitet och anonymitet. Personer som är involverade i en situation har nästan alltid möjlighet att identifiera vem eller vilka som deltagit i en intervjuundersökning (Miles & Huberman, 1994, s.293). Respondenterna i denna undersökning deltog i undersökningen på arbetstid. Respondenterna ingår i skiftlag om fyra personer. När en av dessa fyra personer är frånvarande från arbetet måste de resterande tre medarbetarna täcka upp för denna person. Det är därmed tydligt att en person är frånvarande. Till detta kommer en trolig nyfikenhet från den frånvarande medarbetarens övriga kollegor, vilket troligen leder till att det är fler än det egna skiftlaget som känner till vem eller vilka som har deltagit i undersökningen. Hur detta eventuellt kan ha påverkat studien diskuterar jag i kapitel 6.1. Metoddiskussion.

4.8. Validitet

Med validitet avses inom samhällsvetenskapen fastställandet av om en metod undersöker vad den avser undersöka (Kvale, Brinkmann & Torhell, 2009). Kvale et al. menar att en intervjubaserad undersöknings validitet är starkt beroende av undersökarens trovärdighet och hantverksskicklighet. Valid forskningsdesign ska göra gott, producera ny kunskap som är till nytta för människor och minimera skadliga konsekvenser (Kvale et al., 2009). I en intervjubaserad undersökning kan det tänkas att respondenter får frågor som riskerar att väcka obehag hos individen. När ämnet är känsligt kan validiteten i forskningsresultaten ifrågasättas eftersom respondenten kan tänkas svara undvikande för att skydda sig själv. För att motverka detta har jag försökt formulera intervjufrågorna på ett neutralt och nyfiket sätt.

Validiteten kan vidare sägas vara hög om respondenternas utsagor kan anses vara tillförlitliga. Detta förutsätter att intervjuerna håller hög kvalitet och att undersökaren gör en noggrann utfrågning om meningerna i, och gör en ständig kontroll av, det som respondenterna berättar (Kvale et al., 2009). Jag har strävat efter att vara uppmärksam på det som respondenterna har gett uttryck för. Jag har uppmuntrat respondenterna att berätta mer om det ämne som hen har valt att tala om. Vidare har jag ständigt gjort avvägningar kring när det i samtalet har varit lämpligt att återgå till att ställa de på förhand bestämda intervjufrågorna.

5. Resultat och analys

I detta kapitel presenterar jag undersökningens resultat. Jag inleder med en presentation av respondenternas bakgrund och därpå följer en redogörelse över hur respondenterna använder intranätet. Efter detta presenteras de övriga informationskanaler som respondenterna och organisationen använder. Därefter presenteras respondenternas upplevelser av sitt engagemang i organisationen. Resultatet analyserar jag med hjälp av den tidigare forskning som jag har presenterat i kapitel 2. Litteraturgenomgång och tidigare forskning. För att analysera det resultat som berör respondenternas engagemang använder jag mig även av Meyer och Allens (2004) trekomponentsmodell.

5.1. Respondenternas bakgrund

Respondenterna befinner sig i åldersspannet 31 till 51 år (31; 34; 40; 42; 44; 51). Respondenten med kortast anställningstid har arbetat på företaget i 4 år och respondenten med längst anställningstid har arbetat på företaget i 31 år (4; 9; 13; 14; 26; 31). Alla respondenterna är operatörer i grunden. Alla respondenter har arbetat med olika uppgifter inom produktionen och de har varit anställda på olika tjänster genom åren. En respondent är maskinoperatör, en respondent är maskinoperatör ”med plus i kanten” och har särskilt ansvar för en viss del i produktionen, en respondent är plusoperatör och en respondent har ett specialuppdrag inom projekt. Två respondenter har samordningsuppdrag, en av dessa har ett formellt uppdrag som samordnare och den andre respondenten hjälper sin nytillsatta chef att komma in i dennes roll. En av respondenterna har yrkesteknisk högskola som högsta avslutade utbildning. De övriga fem respondenterna har gymnasieutbildning som sin högsta avslutade utbildning.

5.2. Intranätet

I detta kapitel presenterar jag hur respondenterna använder intranätet och hur de upplever tillgången till intranätet.

5.2.1. Tid och sökning

De flesta respondenterna säger sig ha använt intranätet samma dag som intervjun genomfördes. De flesta respondenterna säger sig använda intranätet strax före påbörjat skift och/eller på den första rasten de har. Fyra av respondenterna uppger sig använda intranätet minst en gång varje dag och i snitt 5 minuter per dag. De övriga två uppger sig använda intranätet mer sällan, varav den ena respondenten uppger sig använda intranätet en gång varannan vecka och den andre respondenten i snitt 20 minuter per

månad. Två respondenter berättar att de förut besökte intranätet oftare och förklarar att deras användande var större förut när intranätet hade ett diskussionsforum.

I bilaga 9.4 har jag sammanställt en tabell över den information som respondenterna uppger sig ta del av på intranätet. Alla respondenter utom en menar att den information som de läser är främst de nyheter som finns på första sidan och menar att de söker övergripande information. En respondent säger att ”intranätet känns lite som när man sitter och kollar i en tidning (...) man vill ju veta lite nyheter, vad händer i koncernen (...) vad som händer här på kontoret (...) kollar vad som händer runt om”. En annan respondent säger ”oftast går jag bara in och kollar vad har hänt sen igår eller vi har ju lite lediga veckor och så där, vad har hänt den sista veckan och så där, så då går man igenom”. Tre av respondenterna uppger sig läsa information om vilka medarbetare som har börjat, slutat och bytt tjänst och de läser även annonser för lediga tjänster inom företaget. Tre respondenter säger sig läsa restaurangens matsedel och två av dessa söker även information om hur det går med den nuvarande renoveringen av matsalen och vilken väg i byggnaden de ska ta för att komma till matsalen. Annan information som respondenterna säger sig söka efter är öppettider till förrådet, telefonnummer och bloggen. Två respondenter uppger att de söker information om när företaget erbjuder smakprov på någon ny produkt eller erbjudande om att ta med sin familj till Astrid Lindgrens värld. Mitt resultat liknar resultatet av Stenmarks (2010) studie som visar att medarbetare inom tillverkningsindustrin främst använder intranätet för att få nyheter, information om organisationen samt information om service och förmåner.

Några respondenter använder intranätets länkar för att komma till programvaror som de använder i produktionen samt länkar till dokumentbanker med mallar eller instruktionsmanualer.

Två respondenter berättar att de förut använde intranätet för att läsa och delta i det diskussionsforum som nu inte längre finns kvar. En av respondenterna förklarar att hen saknar forumet: ”det hade varit jättebra om man hade kunnat ha dialog och inte bara monologer i form av att det här är vad vi [ledningen] vill informera om, det här är vad vi vill säga.” Detta kan liknas vid den modell för tvåvägskommunikation som Heide, Johansson och Simonsson (2012) beskriver.

Fyra av respondenterna anser att informationen på intranätet inte riktar sig till medarbetarna inom produktionen utan istället är riktat till de medarbetare som arbetar på kontoret. En respondent säger att ”det mesta som finns på intranätet berör inte mig eller oss i produktionen (...) vilka som får ut mest av intranätet så skulle jag säga att vi i produktionen tio till tjugo procent sen när du sitter i denna byggnaden [kontoret] är det kanske åttio procent”. En annan respondent säger att ”nio gånger av tio är det [informationen på intranätet] ju inte riktat så att det påverkar mig”. En tredje respondent är av snarlik åsikt och förklarar att: ”man scrollar igenom och sen läser man inte mycket mer för man vet att det är ingenting som rör mig direkt (...) det är ingen intressant information för mig. Samtidigt vill man ju ha koll på hela XX”. En fjärde respondent är av samma åsikt och säger: ”det är väl egentligen ett sätt att (...) ta del av information som jag kanske på normalt sett inte kan ta del utav, som berör avdelningar där jag inte är verksam.”

Flera av respondenterna anser att informationen som presenteras på intranätet inte berör deras arbetsuppgifter och menar att de hade klarat av att sköta sitt arbete utan den

informationen (se bild 5). Åsikten blir tydlig när en respondent säger att informationen som finns på intranätet inte ingår i hans jobb: ”intranätet är mer roligt att veta, ett roligt vetande, jag använder faktiskt inte intranätet så mycket för själva mitt jobb”.

Respondenten beskriver vidare: ”sen kan det vara roligt om det är någon man känner som skriver i bloggen, eller om det har gått bra för någon, om de har hittat här uppe på försäljning, om de har kunnat få in en ny kund, det har ju mycket med vårt jobb det med, om de har lyckats få in en stor kund då kanske det blir mer att göra för oss för då säljer vi mer. Men just under arbetstid så är den informationen inte den viktigaste.” En annan respondent förklarar att hen får den information hen anser sig behöver via andra informationskanaler än intranätet: ”först vill jag ju ha informationen som berör mitt arbete. Det är ju grundläggande där nere [i produktionen]. Sen vill jag ju även ha informationen som är övergripande för att ha ett hum om vad som rör sig i företaget, inom Sveriges gränser i alla fall. Jag är inte jätteberörd, om det byter VD (...) det är ju inget man kan påverka så det är ju bara så. Så den informationen [på intranätet] är ju bara kul att veta.”

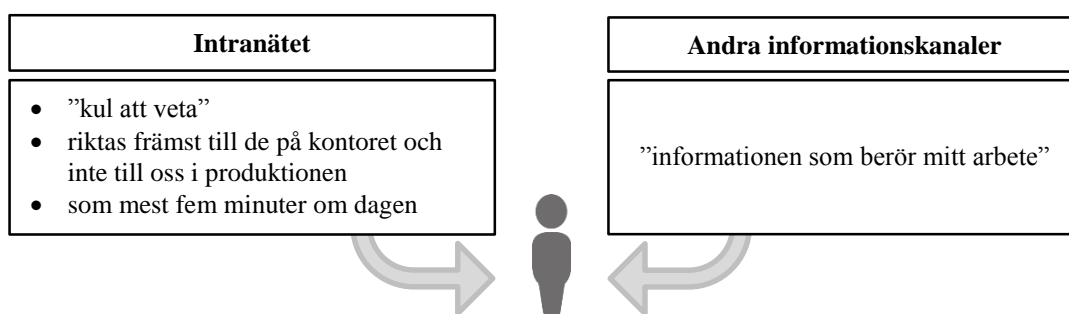


Bild 5. Intranätet ger respondenterna information som är ”kul att veta”. Den information som de anser sig behöva för att kunna utföra sina arbetsuppgifter får de via andra informationskanaler

5.2.2. Tillgång till intranätet

Fyra av respondenterna uppger att de har tillgång till intranätet i pausrummet och även vid maskinerna på kolonnen. I denna undersökning benämns det som begränsad tillgång till intranätet. De två samordnarna uppger sig ha egna datorer och ständig tillgång till intranätet. Ingen av respondenterna uppger sig ha tillgång till intranätet utanför företagets lokaler.

De respondenter som endast har tillgång till intranätet på datorer i pausrummet samt vid maskinerna på kolonnen uttrycker mild frustration och missnöje över den begränsade tillgången. En respondent säger: ”vi har en dator i vårt pausrum. Så då har vi möjlighet att kolla intranätet där. På sin rast kan man gå in och kolla. Men det är ju en dator, i ett pausrum, med ganska mycket folk, vi är mellan tre, fyra, fem personer som har rast samtidigt.” En annan respondent säger att ”det gäller att vara först i kön. Du har ju bara en dator i pausrummet. Om det råkar vara fyra eller fem personer i pausrummet så är det ju bara en som har tillgång till datorn.” Resultatet är i enlighet med de studier (Igbaria & Nachmann, 1990; Phelps & Mok, 1999; Chu & Chu, 2011) som visar att användare av datoriserade informationssystem och intranät upplever missnöje med systemet när de inte har fri tillgång till det. Resultatet är också i likhet med George och Jones (2012) samt Argenti och Barnes (2009) som visar att begränsad tillgång till information kan leda till frustration och missnöje.

Respondenterna ger uttryck för att tidsbrist hindrar dem från att besöka intranätet på datorerna vid maskinerna på kolonnerna. En respondent säger att ”det är inte det att jag hade behövt fler datorer (...) det är nog mer tiden som inte räcker till.” En annan respondent säger att ”det är nog bara en gång jag kollar intranätet (...) jag hinner inte kolla mer på mitt arbetspass. Jag gör det ju under tiden jag arbetar (...) vi producerar ju samtidigt. Och är det så att allt flyter på så jag står rakt upp och ner vid något tillfälle, det händer inte så ofta, men då har jag möjlighet att sätta mig vid en dator och gå igenom vad som hänt [på intranätet].” En tredje respondent uttrycker: ”vi har ett jobb att utföra så att i mån av tid, skulle det vara så att vi har maskiner som står stilla av någon anledning, att produktionen inte rör på sig, så har man kanske, det rör sig om någon minut, och då tar man kanske tillfället i akt (...). Vi har inga givna tider (...) som vi kan titta på intranätet, där information finns som man borde tillgodose sig.” På liknande vis uttrycker en fjärde respondent att valet att besöka intranätet handlar om prioriteringar av vad hen gör med sin lediga tid: ”på rasterna så känner man kanske att nej, jag vill sitta ute i solen, jag vill gå upp till matsalen och kanske ta en fika eller gå och prata med någon jobbkompis som man inte har träffat på länge.” Mitt resultat går i linje White, Vanc och Staffords (2010) studie som visar att respondenterna upplever att de inte har tillräckligt med tid för att använda intranätet.

Några respondenter betonar vikten av att prioritera arbetsuppgifter framför intranätet och en av dem säger: ”du sitter ju fortfarande vid maskinen och ska sköta ditt arbete (...) du har ett arbete att utföra, sen får du ta det [intranätet] utanför när du har gjort det arbetet du skall utföra vid varje maskin.” En annan respondent säger: ”man vill ju inte sitta och läsa massa artiklar [på intranätet] medans man jobbar, för det är inte meningen att man ska göra det, anser jag (...) man ska hålla koll på maskinerna och göra sitt jobb.”

På frågan om hur respondenterna skulle uppleva en situation där de inte hade tillgång till intranätet över huvud taget menar fyra av respondenterna att det skulle uppleva det negativt. En respondent uttrycker att det skulle vara ”ett steg tillbaka”. En respondent säger att ”det betyder ganska mycket [att ha tillgång till intranätet]” och en annan uttrycker: ”jag nog saknat informationen.” En respondent säger: ”jag vill ju känna att jag är delaktig och känna att jag har en överblick av vad som händer” och förklarar att hen värdesätter tillgången till intranätet. En annan av respondenterna säger att ”information är kontroll, har man kontroll så är många mer avslappnade, om man vet vad som händer. Har man en halv information så är man inte avslappnad” och beskriver att ”[vid ingen tillgång till intranätet] hade det varit lite mindre information, då hade man ju inte sett vad som rör sig i de här korridorerna [på kontoret] liksom folk som byter plats, det är rätt bra att veta när man ska ha kontakt med planeringen till exempel.” Mitt resultat kan liknas vid den förlust av makt som individer kan uppleva när deras tillgång till information begränsas (Checkland & Holwell, 1998; Farrant, 2003) samt det utanförskap de kan känna när de inte får ta del av information (Reuterskiöld, 2014). Två respondenter anser dock att det inte hade påverkat dem nämnvärt. En respondent säger att ”man får nog tag på informationen på något sätt (...) informationen får ju vänta lite längre tills det kommer (...) det kommer ju en tidning hem till en, lite då och då.”

5.3. Andra informationskanaler utöver intranätet

Respondenterna och organisationen använder totalt 18 informationskanaler utöver intranätet och av dessa är 14 muntliga och 4 skriftliga. I bilaga 9.5 har jag sammanställt en tabell över kanalerna. Utifrån Larssons (2008) definition av formell respektive informell kommunikation kan 4 av kanalerna påstås vara informella: ryktet, en nära anhörig, skiftbytesmötet samt utskrivna ”lappar”. Informell kommunikation utgörs av de kommunikativa aktiviteter som sker mellan medarbetarna utöver den formella och kan utgöras av spontana gruppmöten, berättelser och rykten. Formell kommunikation innebär kommunikativa aktiviteter som företagets ledning initierar samt förutsätter blir utförda och utgörs av producerad information såsom möten, informationsmaterial och intranät (Larsson, 20008, s.80).

5.3.1. Muntliga informationskanaler

Fyra respondenter lyfter fram ryktet som en kanal de använder sig utav. Denna kan anses vara informell, utifrån Larssons (2008) definition av informell kommunikation. En respondent säger att hen använder sig ”djungeltrumman” för att hämta information och förklarar att det handlar om att ”någon annan har varit där [på intranätet] och tittat. Oftast brukar det vara trumman jag går efter (...) djungeltrumman är ju väldigt effektiv.” En annan respondent säger att ”rykten (...) gör åtminstone att man blir nyfiken och kanske tittar [på intranätet]. Rykten, det skapar intresse då att söka rätt på fakta.” En tredje respondent berättar att hen använder ”den vanliga klassiska mun mot mun kanalen där man helt enkelt pratar eller springer på någon så är det ju oftast så man kan ta del av information.” En fjärde respondent säger på liknande sätt att hen använder sig av ”face to face ... spontana möten” för att få information. En av respondenterna förklarar även att hen har en nära anhörig på jobbet och säger att ”hon är väldigt aktiv, då får jag ju information utav henne.” En av respondenterna berättar att hen föredrar att använda sig av muntliga framför skriftliga informationskanaler: ”jag tar ju gärna en verbal konversation (...) men det är bara det att jag vill få en (...) reaktion, oftast tycker jag att man kommunicerar bättre via att prata med någon face to face.” Resultatet kan jämföras med studier (Johnson, 2015; Stein, 2006; White, Vanc & Stafford, 2010) som visar att medarbetare föredrar kommunikation som sker ansikte mot ansikte framför skriftlig kommunikation.

Alla respondenter nämner möten i olika form som en kanal de använder sig av för att få information. En respondent säger att ”sen är jag med ibland på 9-mötet, det är alltså planeringsmötet där olika avdelningar, chefer, är med på, kvalitet är med, verkstad är med, arbetsledning är med, andra som kan bli ditdragna för problem och rapportera. Så här är mycket möten. Det är jättemycket möten”. En respondent nämner projektmöten och två respondenter nämner fackliga möten. Tre respondenter uppger att de hämtar information via stormöten som kallas road shows, en av dem förklarar att ”det är ju ledningen som kommer ner från Stockholm eller något annat, en eller två gånger per år”. En annan respondent säger om dessa möten att ”det blir lite väl mycket halleluja möten över de här stormötena, fan vad bra vi är, alltid, jättebra, men det kan bli lite bättre. Har man jobbat här i [många] år så har man sett de här mötena flera gånger och det är ganska likt”. Tre respondenter nämner även tavelmöten. En av respondenterna förklarar att ”i början av vårt pass, då tar vi fem minuter vid tavlan och går igenom lite grejjer och kollar så att vi är tillräckligt med folk på alla ställen, om vi har någon som

kan byta av oss på rasterna, hur vi ska gå till väga om vi behöver hitta en person till på kolonnen och hjälper till. Så vi kör en liten sån snabb grej.”

Fem respondenter nämner även arbetsplatsträffar, APT, som en kanal där de hämtar information. Flera av respondenterna uttrycker missnöje över dessa möten. En respondent säger: ”oftast så tas det upp en hel del negativa saker på APT-möten och på stormöten också och det har varit nedskärningar och man går ju inte därifrån full med energi utan man går ju därifrån dränerad på energi. Det är rätt tråkigt”. En annan respondent berättar att den ”avdelning där vi jobbar har ju inte APT-mötena fungerat, vilket är då ett forum där man ska kunna diskutera saker.” En tredje respondent förklarar att ”egentligen tror jag att det ska vara en gång i månaden eller en gång varannan månad men jag var nog på ett [APT] förra månaden och innan dess var det nog ett halvår sedan jag var på ett. För det hamnar alltid vid fel tillfälle, då kan vi inte gå på det för vi måste köra (...) det har ju varit att just våran kolonn ligger efter för att det har varit så mycket problematik med det mekaniska eller så, då måste vi köra medans den andra kolonnen, åttan, kan gå för att de är färdiga för dagen och kan ta den tiden.”

De möten som nämnts kan utifrån Larssons (2008) ovan nämnda definition av formell kommunikation anses vara formella. Flera respondenter nämner också att de hämtar information i det möte som sker mellan det avlösande och hemgående skiftlaget. Det förefaller dock råda delade uppfattningar om huruvida detta skiftbytesmöte är formellt eller informellt. En respondent säger: ”det ska vara ett skiftmöte men det finns inte, vissa skift har det, vissa inte. I starten på skiftet, det är bara en kort avstämning”. En annan respondent berättar motsatt att ”även om vi inte ska göra det så har vi överlämning med de som kommer härnäst [avlösande skiftlaget]. Då brukar vi ju prata med dem en fem minuter, fem till tio minuter medans vi kör och har rengöring, bara berätta vad som har hänt under dagen, vad de ska tänka på, vad vi har haft för problem, vad som kommer (...) så att de inte glömmer, ifall ifall, bara en påminnelse, för det är alltid bra att göra så de inte känner sig stressade sen att gud, åh, det tänkte inte jag på”.

Två respondenter berättar att de använder telefonen för att få information. En respondent förklarar att hen oftast får telefonsamtal: ”ringer de oftast nerifrån produktionen eller på plocksidan att någonting är fel (...) det är informationen som jag får mycket via telefonen.” En annan respondent berättar att hen i motsats till den förra respondenten är den som söker information via telefonen: ”det går ju att ringa till de flesta om man har någon specifik fråga, till exempel om det har med något elektriskt att göra då ringer man el, är det mekaniskt ringer man mek. Så finns det ju säkert alltid någon när på kontoret som vet också (...) det finns alltid någon att ringa, det finns ju en liten telefonkatalog där nere med alla nummer härinne. Man kan söka sig fram, fråga sig fram.” Andra muntliga informationskanaler som en respondent nämner är samtal med chef och med projektansvariga.

5.3.2. Skriftliga informationskanaler

De skriftliga informationskanaler respondenterna uppger sig använda utöver intranätet är informationstavlor, mejl, anslag och utskrivna lappar. Utifrån Larssons (2008) definition av formell respektive informell kommunikation kan de tre förstnämnda anses vara formella. En respondent förklarar att informationstavlor är: ”informationsdelar där det hängs ut information. Där hängs det ju information som specifikt berör den

personalen som hör till tavlan.” En annan kanal är anslag som hängs på in- och utpasseringsdörren.

En respondent berättar att hen hämtar information från ”lappar som ligger inne i våra pausrum” och säger att ”huruvida de är formella, det tror jag inte, det är väl mer sådär någon annan [kollega] som har lagt ut informationen.” Denna kanal kan utifrån Larssons (2008) definition av informell kommunikation antas vara informell.

Tre respondenter har personliga företagskopplade mejladresser och berättar att de använder sig av mejl för att få information. En av dessa respondenter förklarar: ”[där] går man ju in lite då och då för att kolla vad som händer. Det är ju mycket man kan få reda på där, om det har varit pallras ute på lagret, varför då, de kanske inte hämtar våra pallar, det blir kö ut. Så det är väldigt bra information (...) om man vill veta någonting just nu, vad händer just nu.” Respondenten berättar att via mejl får hen direkt och aktuell information: ”man kollar mejlen precis innan man går iväg [på lunch] för att se, så att det inte har hänt någonting när man väl kommer tillbaka. Man brukar mest kolla mejlen direkt när man kommer tillbaka [från lunchen] (...) Mejlen kollar man ju lite då och då, mejlen är nog den största man kollar på faktiskt.” En annan respondent använder mejl mer sparsamt och säger: ”jag får ju information av min chef. Oftast inte via mejl utan oftast via direktkontakt via telefon eller samtal.”

5.4. Val av kanal

Alla sex respondenter vittnar om att det är olika information som förmedlas via de respektive kanalerna. Två respondenter säger sig vara tillfreds med att olika information förmedlas via olika kanaler och tre berättar om något som kan tolkas som missnöje.

Två av respondenterna anser att det är bra med olika information via olika kanaler. En respondent säger: ”jag vill ha den olika informationen i olika, alltså den som berör linjen den vill jag ju ha där nere vid linjerna. Information som berör det stora hela är ju intranätet.” Respondenten förklarar: ”då är man ju där det berör (...) vissa saker berör ju inte vissa människor över huvud taget. De behöver inte ha informationen för det berör inte dem.” Den andre respondenten uttrycker på liknande sätt att ”då vet man vart man ska leta när man behöver en viss information. Om allting är på samma ställe tror jag att det blir lite grötigt, man vet inte riktigt, man kan inte dela upp det riktigt.” Resultatet kan jämföras med liknande resultat som nåtts av Welch (2012), White, Vanc och Stafford (2010) och Woodall (2006). Det är också i likhet med Larsson (2008) som menar att en kombination av informationskanaler ger bättre resultat än användning av en enstaka kanal.

Tre respondenter upplever något som kan tolkas som missnöje med att olika information förmedlas i olika kanaler. En av dessa respondenter lyfter fram svårigheter att välja kanal och tycker att informationshanteringen fungerar ”jättedåligt” och säger: ”vi har inte hittat kanaler överallt där kommunikationen funkar.” En annan av dessa respondenter önskar att samma information hade förmedlats i alla informationskanaler men förefaller samtidigt skapa sig en förståelse för skillnaden: ”det hade ju varit det bästa, men många gånger är det väl så att informationsflödet inte fungerar så (...) att man kommunicerar ut en information på alla kanaler, utan det kan ju vara att man väljer att gå ut på intranätet med en typ av kommunikation och så kanske en mer detaljerad i ett annat, som i ett möte, mer ingående och djupare, för att kanske skapa dialog,

frågetillfällen. Så jag tror det är lite beroende på vad det är för typ av information man vill nå ut med, så tror jag det blir olika i vilka flöden man väljer.” En tredje respondent upplever en inkonsistens i den information som förmedlas: ”det är dubbeltydig information. Överallt är det ju lite dubbeltydigt.” Resultatet kan jämföras med George och Jones (2012) studie som visar att begränsad tillgång till information kan leda till stress, osäkerhet och frustration.

5.5. Engagemang

I min studie definierar jag engagemang som en vilja hos medarbetaren att fokusera på och investera stor energi i arbetsuppgiften, bidra till att det går bra för organisationen, ställa upp på gemensamma mål eller att identifiera sig själv med arbetet och organisationen. Definitionen har jag hämtat från Berglund (2010).

Fyra av de sex respondenterna säger sig vara starkt engagerade i organisationen och i sina arbetsuppgifter. En respondent säger: ”jag är nog väldigt engagerad, jag vill att det ska gå bra, jag vill att det ska funka, och jag är villig att lägga ner tid på att lösa problem och försöka förstå varför det inte funkar.” En annan respondent säger att ”[engagerad] det är jag väldigt mycket eftersom det [jobbet] är en väldigt stor del av mitt liv.” En tredje respondent säger att ”[jag är] hundra procent [engagerad] när jag är här” och den fjärde säger: ”när jag jobbar så jobbar jag ju hundra procent.” Respondenterna vill att det ska gå bra för organisationen och de vill investera tid och engagemang i arbetsuppgifterna. Ovan visar mitt resultat även att flera respondenter betonar vikten av att prioritera sitt arbete vid produktionslinjen framför att använda datorerna på kolonnen till att söka efter information på intranätet som de anser inte ingår i deras arbetsuppgifter. Mitt resultat kan liknas vid Bergslunds (2010) definition av engagemang samt utifrån studien av Fornes, Rocco och Wollard (2008) som menar att medarbetare har högt engagemang i sina arbetsuppgifter när de identifierar sig med dessa och med sina kollegors värderingar.

Två respondenter menar att deras engagemang varierar. En respondent säger att ”engagemanget kommer och går” och förklarar att hens engagemang skulle öka om företaget hade ”satsat, utbildningar, event av olika slag (...) ser man då att de satsar på en så höjs ju engagemanget.” En annan respondent uttrycker: ”kanske man skulle kunna vara ännu mer engagerad men det beror också på vilken typ av feedback man får själv. Engagemang är ju någonting som jag anser att man måste föda fram (...) du måste liksom mata det på något sätt (...) det är ingenting man kan ta för givet.”

Fyra respondenter uttrycker att deras engagemang i organisationen är beroende av att de får information. En respondent säger att ”har du rätt information så du vet vad du ska göra och inte behöver stå frågande, då är det lättare att vara mer engagerad.” En annan respondent uttrycker på liknande sätt att ”ju mindre information det blir, ju sämre engagemang blir det.” En tredje respondent menar att hens engagemang i organisationen är beroende av att hen får möjlighet att utbyta information och säger: ”engagemang (...) är ett sätt att mäta, eller vårda, information och att (...) känna sig kanske mer som en person i en ganska stor organisation, om man får ta del av förändringar (...) för då kanske man känner sig ännu mer engagerad när man kan påverka, inte bara få ta del utan man kan även få göra förändringar i organisationen som man arbetar i.” En fjärde respondent menar att om hen inte får information om det som sker i organisationen så blir hen mindre engagerad i organisationen. Mitt resultat går i linje med de studier som

visar att medarbetare är engagerade i organisationen om de är välinformerade om organisationens mål och de utvecklingsmöjligheter som arbetet erbjuder (ter Hoeven & Verhoeven, 2013) samt får tillräckligt med information för att kunna utföra sina arbetsuppgifter (Postmes, de Wit & Tanis, 2001). Resultatet är även i linje med Ruck och Welch's (2012) modell som menar att engagemang följer av att medarbetaren får information om både det som rör hans yrkesroll och organisationen i stort.

Tre respondenter menar att informationen som presenteras på intranätet inte påverkar deras engagemang i organisationen. Detta resultat är inte i enlighet med Bauers (2001) studie som visar att ju mer tillfreds medarbetarna är med intranätets innehåll desto mer engagerade är de i organisationen. En respondent menar däremot att den information som presenteras på intranätet kan påverka hans engagemang i organisationen. Respondenten menar att hans engagemang i organisationen var större förut när det fanns ett diskussionsforum på intranätet. Respondenten säger: ”du har inget kanske riktigt forum för att uttrycka din glädje över någonting eller ditt missnöje över någonting, och eftersom (...) inte APT-mötena fungerat, vilket är då ett forum där man ska kunna diskutera saker, men det görs ju i grupp och har man då någonting man kanske inte vågar stå för i allmän publikum så kan det vara svårt att uttrycka sig med att det här tycker jag inte är bra eller det här vill jag förändra eller det här tycker jag är bra utan att man blir uthängd.”

Tre respondenter menar att intranätsinformationen påverkar deras engagemang i att ta del av ytterligare informationen på intranätet. Den ena respondenten säger: ”mycket av informationen på intranätet riktar sig till de som sitter på kontor, som har tillgång till dator antagligen. Det riktar sig kanske inte jättemycket till mig som operatör (...) [det påverkar] inte engagemang i mitt arbete kanske, men engagemang gentemot informationen som kommer på intranätet. Om jag dag efter dag sitter på intranätet och känner att det rapporteras om säljtävlingar, kick offer och att någon säljare har flyttat till någon annan avdelning eller någon, det är ju inte jätteintressant för mig (...) jag ska inte säga att man tappar lusten men ...” Den andre respondenten säger att informationen som presenteras på intranätet påverkar hans engagemang ”åt likgiltighetshållet till situationen.”. Hen säger: ”eftersom det som skrivs där [på intranätet] är mycket bloggar och (...) den verkligheten som de har, har ju inte vi eller jag som är på den sidan som sitter och läser det.” Den tredje respondenten uttrycker ett skarpt ifrågasättande av informationen som presenteras på intranätet och förklarar att den inte stimulerar hen att fortsätta besöka intranätet och säger med ett uppgivet leende: ”har du sett intranätet?!”

Två respondenter menar att deras engagemang är fortsatt starkt oavsett tillgången till intranätet. En respondent säger: ”jag hade ju inte varit mindre engagerad om jag inte hade lagt en minut och titta på intranätet.” En annan respondent säger att hen inte känner engagemang som följd av tillgången till intranätet men däremot av muntlig kommunikation: ”face to face kan man få jättemycket engagemang av.”

5.6. Trekomponentsmodellen av engagemang

5.6.1. Affektivt engagemang

Några respondenter ger uttryck för något som påminner om ett affektivt engagemang som kan kopplas till intranätet. Dessa respondenter tycker att intranätet är ”ett roligt

vetande”, att den information som presenteras på intranätet är ”kul att veta” och att de vill ”ha koll på hela XX”. Några respondenter uttrycker också att de skulle sakna informationen om deras tillgång till intranätet skulle begränsas totalt. En respondent uttrycker att hen känner sig delaktig i organisationen tack vare att hen har tillgång till intranätet. Mitt resultat kan förstås utifrån resonemanget att medarbetare som har ett genuint intresse för organisationen har ett affektivt engagemang i företaget (jmf Meyer & Allen, 1991; 2004). Sett i perspektivet av Bauers (2001) studie, som visar att affektivt engagemang ökar i takt med att medarbetarna är tillfreds med intranätets innehåll, skulle respondenterna kunna sägas ha ett lågt affektivt engagemang. De upplever att mycket av informationen som finns på intranätet inte riktar sig till dem och det går att ana ett svagt missnöje över det. Det kan tolkas som att de har ett lågt affektivt engagemang, utifrån Bauers (2001) studie. Samtidigt besöker flertalet av respondenterna intranätet varje dag och de vill ta del av informationen som presenteras där trots att de upplever att den inte riktar sig till dem. Detta intresse skulle kunna tolkas som att de har ett högt affektivt engagemang utifrån Meyer och Allens (1991; 2004) modell.

5.6.2. Normativt engagemang

Två respondenter uppger att deras engagemang skulle öka om organisationen skulle investera resurser i dem, till exempel genom utbildningar och event. En respondent uttrycker att hens engagemang skulle öka om organisationen återinförde diskussionsforumet på intranätet. Respondenternas uttalanden kan ses som uttryck för normativt engagemang. Normativt engagemang kan förstås som ett resultat av att organisationen investerar tid och resurser i medarbetarna (Meyer & Allen, 1991; 2004). När det gäller intranätet menar Bauer (2001) att medarbetare med högt normativt engagemang upplever moralisk skyldighet att betala tillbaka till organisationen för de ansträngningar organisationen gör i och med den interna informationen som organisationen förmedlar till medarbetarna via intranätet. Sett i perspektivet av Bauers (2001) studie, som visar att normativt engagemang ökar i takt med att medarbetarna är tillfreds med intranätets innehåll, skulle respondenten kunna sägas ha ett lågt normativt engagemang.

5.6.3. Kontinuerligt engagemang

En av respondenterna säger sig använda intranätet totalt 20 minuter i månaden. Sett i perspektivet av Bauers (2001) studie, som visar att kontinuerligt engagemang minskar i takt med medarbetarnas minskande användning av intranätet, skulle respondenten kunna sägas ha ett lågt kontinuerligt engagemang.

Respondenternas långa anställningstider skulle också kunna innebära att de upplever ett kontinuerligt engagemang. Medarbetare som arbetat lång tid i en organisation kan uppleva att de investerat mycket tid och energi i organisationen och om de lämnar organisationen skulle det innebära att de hindrar sig själva från att skörda frukten av det som de satsat sin tid och energi på (Meyer & Allen, 1991). Ett sådant engagemang definieras som kontinuerligt (jmf Meyer & Allen, 1991; 2004).

Min studie har inte identifierat något i respondenternas uttalanden om intranätet som direkt skulle kunna kopplas till kontinuerligt engagemang.

6. Diskussion och slutsats

Syftet med min undersökning var att söka förståelse för medarbetarnas upplevelse av sitt engagemang i organisationen i relation till de informationskanaler som medarbetarna och organisationen använder, med tonvikt på den begränsade tillgången till intranätet. För att få svar på detta undersökte jag hur respondenterna använder intranätet, vilka andra informationskanaler respondenterna och organisationen använder samt hur tillfreds medarbetarna är med denna användning. Jag undersökte även hur medarbetarna upplever sitt engagemang i organisationen. Svaren på frågeställningarna sammanfattas nedan.

- Hur använder medarbetarna intranätet?

Fyra av respondenterna har begränsad tillgång till intranätet och två respondenter har obegränsad tillgång. Fyra av respondenterna använder intranätet ungefär fem minuter varje dag och de övriga två respondenterna använder det mer sällan. Den information respondenterna får från intranätet använder de inte för att utföra sina arbetsuppgifter. Informationen som de hämtar på intranätet ser de som ”kul att veta” och de hämtar den för att ”ha koll” på företaget.

- Vilka informationskanaler utöver intranätet använder medarbetarna och organisationen?

De andra informationskanaler som respondenterna och organisationen använder är totalt 18 stycken, av dessa är 14 muntliga och 4 skriftliga. Några av de muntliga kanalerna är tavelmöten, arbetsplatsträffar samt skiftbytesmöten. Några av de skriftliga informationskanalerna är informationstavlor, anslag och mejl. Respondenterna använder sig av 4 informella kanaler. Några av dem är ”djungeltrumman” samt utskrivna lappar.

- Hur tillfreds är medarbetarna med organisationens användning av informationskanalerna?

Respondenterna upplever att organisationen använder olika kanaler för att förmedla olika information och tre av respondenterna säger sig vara tillfreds med detta medan de andra tre är missnöjda över det.

- Hur upplever medarbetarna sitt engagemang i organisationen?

Fyra av respondenterna anser sig vara starkt engagerade i organisationen. Två av respondenterna säger att deras engagemang varierar. Fyra av respondenterna menar att deras engagemang är beroende av att de får information. De flesta av respondenterna upplever att deras engagemang i organisationen är fortsatt starkt oavsett den begränsade tillgången till intranätet.

Respondenternas engagemang skulle kunna förstås utifrån att de och organisationen använder sig av många muntliga informationskanaler. Flera av respondenterna säger sig vara starkt engagerade i organisationen och flera av respondenterna menar att deras engagemang är beroende av att de får information. I min studie konstaterar jag att flera av respondenterna har begränsad tillgång till intranätet. Detta innebär att respondenterna behöver söka information i andra kanaler. I likhet med Ström och Wiklund (2000) vill jag påstå att det kan leda till fördjupade relationer mellan medarbetarna och i förlängningen till engagemang. Respondenterna frågar vidare efter information som berör deras arbetsuppgifter och de anser att informationen som presenteras på intranätet

inte innehåller sådana uppgifter. Eftersom respondenterna och organisationen använder totalt 18 informationskanaler utöver intranätet är det möjligt att respondenterna får den information de anser sig behöva via andra informationskanaler. Av dessa 18 kanaler är 14 stycken muntliga. Jag vill påstå att respondenternas engagemang är starkt tack vare de många muntliga kanaler som de och organisationen använder. Jag baserar mitt resonemang på fastställandet att medarbetare som får möjlighet att uttrycka sina åsikter har ett högt engagemang (Fornes, Rocco & Wollard, 2008; Ruck & Welch, 2012) och denna möjlighet till tvåvägskommunikation erbjuder muntliga kanaler (jmf Heide, Johansson & Simonsson, 2012). Muntliga kanaler underlättar vidare för medarbetare att bygga relationer (Stein, 2006; White, Vanc & Stafford, 2010). Jag menar således att organisationens och respondenternas användning av flertalet muntliga kanaler kan främja respondenternas engagemang genom att de blir delaktiga i kommunikationen och i organisationen.

Min studie visar att respondenterna använder sig av fyra informella kanaler för att få information. Antalet informella kanaler är relativt få jämfört med det totala antalet kanaler som respondenterna uppger att de och organisationen använder sig av. Min studie visar också att tre av respondenterna är missnöjda över att olika information förmedlas via olika kanaler och tre respondenter är tillfreds med att få olika information i olika kanaler. Respondenternas missnöje skulle kunna innebära att de upplever osäkerhet över i vilken kanal de ska söka efter information och kanske även en osäkerhet över vilken information som är korrekt. Det skulle kunna ha ett samband med framväxten av de informella kanalerna. Jag baserar mina tankar på Larssons (2008) konstaterande att ju mindre de formella kanalerna möter medarbetarnas behov desto mer utvecklas de informella kanalerna. Dock är de informella kanalerna färre än de formella i antal vilket kanske skulle kunna vara ett tecken på att respondenternas missnöje är i en mindre omfattning. En undersökning av hur stor andel av den totala tiden för informationssökning som respondenterna använder för att söka information via informella kanaler hade kanske kunnat visa hur det förhåller sig.

Eftersom respondenterna och organisationen använder 18 informationskanaler utöver intranätet utgör det endast en liten del i det stora informationsutbytet. Det innebär att det är endast en liten del av det totala informationsutbudet som respondenternas tillgång till är begränsad. Samtidigt verkar informationen som presenteras på intranätet vara av stor vikt för respondenterna eftersom fyra av dem menar att en total begränsning av intranätet skulle innebära en förlust av kontroll samt en minskad känsla av delaktighet. Begränsad tillgång till information kan leda till förlust av makt (Checkland & Holwell, 1998; Farrant, 2003) och känslor av utanförskap (Reuterskiöld, 2014). Flera av respondenterna menar att informationen som presenteras på intranätet till största del inte riktar sig till dem och de uppger att den information som de inhämtar ger dem möjlighet att hålla sig uppdaterade på vad som händer i organisationen. Intranätet är en kanal genom vilken ledningen förmedlar information om organisationens mål, policy, regler och riktlinjer (Larsson, 2008) samt värderingar (Ruck & Welch, 2012). Av de kanaler som respondenterna och organisationen använder förefaller de flesta vara inriktade på att förmedla information om det dagliga arbetet i produktionen. De kanaler som förmedlar övergripande information om organisationen i stort kan tänkas vara de så kallade stormötena samt APT-mötena. Några respondenter uttrycker att deras APT-möten fungerar bristfälligt och att de sällan hinner delta i dessa möten. Kanske kan bristen på möjligheten att delta vid APT-möten leda till att respondenterna besöker

intranätet på jakt efter denna övergripande information. I det perspektivet skulle respondenternas oro för förlust av kontroll kunna förstås.

Min undersökning visar i motsats till Bauers (2001) studie att respondenterna är starkt engagerade även om de inte är tillfreds med intranätets innehåll. Samtidigt som respondenterna är missnöjda med innehållet vill de ändå ta del av informationen. Jag vill därför påstå att respondenternas engagemang kan kopplas till intranätet och den information som presenteras där. Intranätet ger respondenterna något som de anser sig inte behöva men ändå vilja ha. Från intranätet får de information som är ”kul att veta”. Kanske förser intranätet respondenterna med information som utgör en guldkant i informationstillvaron. Ett sätt att förstå respondenternas användande av intranätet trots den begränsade tillgången är att de har ett genuint intresse av organisationen, vilket kan förstås som att de har ett affektivt engagemang i organisationen (jmf Meyer & Allen, 1991; 2004). Respondenterna har också varit anställda i organisationen under lång tid. Medarbetare som arbetat lång tid i en organisation har kanske hunnit utveckla ett genuint intresse för organisationen i takt med att de har lärt känna och identifierat sig med den. Idén bygger jag på resonemangen att kommunikation är en förutsättning för bilda organisationer (Putnam & Nicotera, 2010; Heide, Johansson & Simonsson, 2012) samt att intern kommunikation kan få medarbetare att känna sig som en del av organisationen (Rousseau, 1998) och även känna tilltro till organisationen (Eklöv & Rosengren, 2005). Med detta intresse skulle kunna följa ett genuint intresse för organisationen och en nyfikenhet att ta del av den information som presenteras på intranätet.

Respondenternas dagliga användande av intranätet trots den begränsade tillgången skulle också kunna förstås som ett normativt engagemang. Det skulle kunna vara så att respondenterna ser tillgången till intranätet som en extraservice från organisationen och som gengäld vill de visa sin tacksamhet för det genom att dagligen använda det. Normativt engagemang innebär att medarbetare upplever sig stå i skuld till organisationen som tack för att organisationen har erbjudit dem att ta del av förmåner och utbildningar och en följd av detta är att de betalar tillbaka till organisationen med sitt engagemang som valuta (Meyer & Allen, 1991; 2004). Respondenternas normativa engagemang skulle också kunna förstås utifrån deras långa anställningstider i organisationen. Det är möjligt att medarbetare som varit anställda lång tid i en organisation är lojala mot den. Medarbetare med ett starkt normativt engagemang upplever hög lojalitet mot organisationen (Meyer & Allen, 2004).

Respondenterna hade kunnat uttrycka en känsla av brist på lojalitet och ett minskat (normativt) engagemang som följd av att organisationen har begränsat deras tillgång till intranätet. Idén baserar jag på resonemanget att ju mer tillfreds medarbetare är med intranätet desto större är hans normativa engagemang (Bauer, 2001). Resultatet visar att de respondenter som har begränsad tillgång till intranätet känner sig missnöjda över begränsningen. Resultatet visar även att flera av respondenterna skulle uppleva en total begränsning av tillgången till intranätet som negativ, men samtidigt är det bara en av respondenterna som menar att den nuvarande begränsade tillgången påverkar hans engagemang. Å andra sidan är det tre respondenter som menar att deras engagemang i organisationen inte kan kopplas till den information som presenteras på intranätet. Respondenterna anser vidare att de inte behöver informationen på intranätet för att kunna utföra sina arbetsuppgifter. Eftersom respondenterna inte anser sig behöva informationen på intranätet och några respondenter inte heller skulle sakna tillgången

till intranätet om det begränsades totalt skulle det kunna innebära att det är arbetsuppgifterna respondenterna engagerar sig i och inte i organisationen och inte heller i informationen som de anser "inte berör dem". Som jag har påpekat ovan, får kanske respondenterna samtidigt tillräckligt med information i andra kanaler och av det skälet kanske informationen på intranätet inte spelar någon roll för deras engagemang i organisationen när de upplever att informationen på intranätet endast är intressant men inte nödvändig.

Respondenternas långa anställningstider skulle också kunna innebära att de upplever ett kontinuerligt engagemang (jmf Meyer & Allen, 1991; 2004). Resultatet visar också att respondenterna har någon eller några gånger haft olika uppdrag och har varit anställda på olika tjänster inom organisationen. Detta i kombination med resultatet att tre av respondenterna använder intranätet för att söka information om lediga tjänster inom företaget skulle kunna vara ett tecken på kontinuerligt engagemang. Forskning (Meyer & Allen, 2004) visar att medarbetare med ett starkt kontinuerligt engagemang stannar kvar i organisationen för att de inte har möjlighet att få anställning i någon annan organisation. Då forskning (Bauer, 2001) också visar att ju mer sällan medarbetare använder intranätet desto lägre är hens kontinuerliga engagemang, borde respondenterna ha ett lågt kontinuerligt engagemang eftersom de använder intranätet endast några minuter om dagen. Samtidigt har de begränsad tillgång till intranätet, vilket hindrar dem från att själva styra över hur ofta och hur mycket de vill använda det. Sammantaget blir det därför problematiskt att vidareutveckla detta resonemang.

Slutsatsen av min undersökning är att respondenterna upplever att deras engagemang stärks av att de får tillgång till information. Respondenternas engagemang kan förstås utifrån att de utöver intranätet använder många andra informationskanaler. Flertalet av dessa är muntliga och respondenterna har där möjlighet att göra sina röster hörda och bli en del av organisationen. Flera av respondenterna upplever att deras engagemang i organisationen är starkt, oavsett den begränsade tillgången till intranätet. Detta skulle kunna förstås genom att de inte anser sig behöva den information som presenteras på intranätet för att kunna utföra sina arbetsuppgifter. En annan förståelsemodell är att flera av respondenterna har ett högt affektivt engagemang som visar sig i deras genuina intresse av organisationen och som tar sig uttryck i att de trots den begränsade tillgången besöker intranätet dagligen.

Min studie bidrar med kunskap om hur kollektivpersonal resonerar om användningen av digitala kanaler för intern kommunikation. Min studie bidrar också med kunskap om hur begränsad tillgång till intranät kan upplevas av medarbetare. Min studie ger därutöver kunskap om hur medarbetare resonerar om val av informationskanaler. I inledningen av min uppsats konstaterade jag att det förekommer få studier inom dessa områden. Min undersökning bidrar även med kunskap om förståelsen av medarbetares engagemang i relation till intern kommunikation.

6.1. Metoddiskussion

Nedan följer en kritisk reflektion av valet på fallstudie som undersökningsmetod och kvalitativ intervju som datainsamlingsteknik. Vidare diskuterar jag den etiska problematiken som uppstod som följd av att respondenterna valdes av företaget.

6.1.1. Fallstudie som undersökningsmetod

Syftet med undersökningen var att söka förståelse för medarbetarnas upplevelse av sitt engagemang i organisationen i relation till de informationskanaler som medarbetarna och organisationen använder, med tonvikt på den begränsade tillgången till intranätet. Jag strävade inte efter att kunna generalisera resultatet av min undersökning. Jag ville skapa mig en förståelse för fallet. Valet av fallstudie som undersökningsmetod visade sig vara lämplig, eftersom en fallstudie strävar efter att få ett helhetsperspektiv av fallet och har inte som mål att resultera i generaliserbara resultat (Pickard, 2013; Yin, 2003).

6.1.2. Intervju som datainsamlingsteknik

Syftet med min undersökning var att söka förståelse för medarbetarnas upplevelse av sitt engagemang i organisationen i relation till de informationskanaler som medarbetarna och organisationen använder, med tonvikt på den begränsade tillgången till intranätet. Intervju som datainsamlingsteknik visade sig vara en lämplig teknik för att samla in de data jag behövde för att få denna förståelse. Detta kan jämföras med Kvale, Brinkmann och Torhell (2009) samt Pickard (2013) som rekommenderar en kvalitativ datainsamling för att få subjektiva svar och som i sin tur är nödvändigt för att kunna få förståelse för det som utforskas. I den här studien hade troligen andra respondenter lett till att studien fick ett annat resultat. Det går att ställa sig frågan hur resultatet skulle ha blivit om jag istället hade intervjuat andra respondenter, ur andra skiftlag, med andra åldrar, befattningar och längd på anställningstid. Det går även att fundera kring hur resultatet hade blivit om respondenterna inte hade valts ut av produktionsledaren i samråd med de respektive samordnarna. Det skulle kunna vara så att de valde ut de personer som de visste var följsamma med organisationens värderingar. Kanske hade resultatet varit helt olikt från det nu uppnådda resultatet.

Mitt resultat går endast att använda för att förstå den specifika situationen utifrån respondenternas upplevelser, eftersom resultat från en kvalitativ undersökning inte går att generalisera (Kvale, Brinkmann & Torhell, 2009, s.280). Hade målet med denna undersökning varit att få generaliserbara resultat hade jag till exempel kunnat genomföra en survey. Det är en datainsamlingsteknik som är kvantitativ. Den hade gett beskrivande statistiska resultat som hade varit generaliserbara om urvalet hade varit representativt (Pickard, 2013). En survey hade kunnat genomföras genom att låta medarbetarna besvara ett frågeformulär med frågor om deras användning av intranätet samt frågorna från TCM-frågeformuläret (Meyer & Allen, 1991; 2004). Den typen av undersökning hade kunnat visa på eventuella samband (Pickard, 2013, s.111) mellan tillgången till intranätet och medarbetarnas engagemang. Detta resultat hade jag kunnat jämföra med till exempel resultaten från Bauers studie (2001). Så som min studie har genomförts kan jag endast försöka förstå mitt resultat med hjälp av Bauers resultat.

6.1.3. Etisk problematik

I de forskningsetiska principerna som Vetenskapsrådet har publicerat framgår att de personer som ingår i en undersökning ska ges största möjliga konfidentialitet. Personerna ska även avidentifieras så att det inte går att härleda uttalanden till enskilda respondenter. Det är flera personer på Företaget AB Sverige som har kännedom om vilka respondenter som deltog. Förutom produktionsledaren och de två samordnarna har

även kommunikatören, de personer som ingick i respondenternas skiftlag samt även de medarbetare som eventuellt hört talas om att undersökningen genomfördes och såg respondenterna träffa mig möjligen kännedom om vilka medarbetare som deltog i undersökningen. Att respondenterna var synliga för organisationen skulle kunna påverka hur respondenterna valde att besvara frågorna som ställdes vid intervjutillfällena. Det föreligger en risk att respondenter inte svarar uppriktigt på frågorna som ställs, om respondenterna upplever att de skulle kunna identifieras och eventuellt ställas till svars för sina åsikter. Respondenterna kan ge svar som de tror organisationen önskar höra och de kan hålla tillbaka med sina åsikter.

Det förekommer dock faktorer som skulle kunna mildra den etiska problematiken. Respondenterna var informerade om att det var frivilligt för dem att delta och de var informerade om att företaget skulle komma att ta del av resultatet av undersökningen. Detta skulle kunna innebära att respondenterna genom undersökningen såg en chans att få uttrycka sina åsikter i ett forum eller en kanal som annars inte existerar. Detta kan kopplas till det resultat som träder fram i denna undersökning, det vill säga att några av respondenterna saknar en dialog med företaget. Vidare valde företaget att trots den hårt belastade situationen, som följd av underbemanningen, delta i undersökningen och de lät dessutom sina medarbetare delta i den på arbetstid. Genom att låta medarbetarna delta i undersökningen visar organisationen ett intresse för medarbetarnas åsikter.

I denna rapport strävade jag efter att avidentifiera respondenterna i största möjliga mån. Det innebär att jag har undvikit att koppla ihop respektive respondents befattning, ålder och anställningstid med respondenternas uttalanden. Detta gjorde jag av skälet att flera av respondenterna hade specialistbefattningar som enkelt skulle kunna leda till identifikation av respondenterna. Likaså finns det även en risk att organisationen skulle kunna identifiera respondenterna utifrån deras ålder och anställningstid. En begränsning detta tillvägagångssätt medförde är att jag inte kunde göra kopplingar mellan respondenternas utsagor och deras bakgrund i ålder och anställningstid. Möjligen hade den möjligheten kunnat ge en ytterligare dimension i resultatet. Problematiken hade kunnat förebyggas genom att genomföra intervjuerna utanför arbetstid. Jag hade även behövt be organisationen att på förhand tillfråga ett större antal medarbetare om villighet att delta i undersökningen. Bland dessa medarbetare hade jag sedan kunnat välja ut de som jag önskade intervjua.

7. Fortsatt forskning

Min studie har haft fokus på kollektivpersonal inom produktion och industriell tillverkning. Det kan vara intressant att undersöka hur kollektivpersonal inom organisationer i andra branscher, till exempel servicebranschen eller vården, upplever sitt engagemang i organisationen i relation till organisationens användning och val av interna informationskanaler. I min studie har alla respondenter sin arbetsplats i en och samma lokal. Fortsatt forskning skulle kunna innebära studier av kollektivpersonal som ständigt eller ofta är utlokaliserade, till exempel de lokalvårdare eller den vårdpersonal som har sin arbetsplats förlag hos kund respektive brukare. Sådana studier skulle kunna ge en förståelse för hur medarbetare som inte befinner sig i samma lokal upplever organisationens bruk av interna kommunikationskanaler samt upplever sitt engagemang i organisationen. Min studie kan vara en referenspunkt och fungera som underlag för sådana studier.

Fortsatta studier skulle även kunna utgöras av att replikera undersökningen bland ett större urval av respondenter inom Företaget AB Sverige. En sådan undersökning skulle möjligen kunna identifiera fler dimensioner av medarbetarnas upplevelse av den begränsade tillgången till intranätet i relation till deras engagemang. Ett annat uppslag till fortsatt forskning är att kvantitativt undersöka förhållandet mellan begränsad tillgång till intranätet och medarbetarnas engagemang, till exempel med hjälp av en survey, vilket diskuterats i kapitel 6.1.2. Intervju som datainsamlingsteknik. Undersökningarna skulle även kunna studera eventuella skillnader mellan medarbetare inom produktionen och tjänstepersoner inom Företaget AB Sverige. Tjänstepersoner kan antas ha större tillgång till intranätet än medarbetarna inom produktionen, med tanke på att datorn troligen är ett dagligt arbetsredskap för tjänstepersonerna.

Fortsatta studier inom Företaget AB Sverige skulle även kunna innebära en undersökning av hur ledningen på Företaget AB Sverige resonerar om den begränsade tillgången till intranätet bland medarbetarna inom produktionen. I organisationens kommunikationspolicy (Företaget AB Sverige, 2015) framgår att intranätet riktar sig till alla medarbetare i organisationen och att alla medarbetare förväntas att dagligen söka information på intranätet. Det kan funderas över vilket ställningstagande ledningen anser att organisationen gör när medarbetarna inom produktionen har begränsad tillgång till intranätet. I föreliggande undersökning framkommer att respondenterna upplever att innehållet på intranätet hos Företaget AB Sverige till största del riktar sig till tjänstepersoner och i liten utsträckning till medarbetare inom produktionen. En innehållsanalys av innehållet på intranätet skulle kunna visa hur relationen mellan de två olika ”typerna” av innehåll förhåller sig till varandra i andel.

8. Referenser

- Ali, G. E., & Magalhaes, R. (2008). Barriers to implementing e-learning: A kuwaiti case study. *International Journal of Training and Development*, 12(1), 36-53. doi:10.1111/j.1468-2419.2007.00294.x
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18. doi:10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x
- Argenti, P.A. & Barnes, C.M. (2009). *Digital strategies for powerful corporate communication*. USA: The McGraw-Hill Companies.
- Baldwin-Evans, K. (2004). Employees and e-learning: What do the end-users think? *Industrial and Commercial Training*, 36(7), 269-274. doi:10.1108/00197850410563894
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. (2012). User acceptance and corporate intranet quality: An evaluation with iQual. *Information & Management*, 49(3-4), 164.
- Bauer, J. C. (2001). *The effects of corporate intranet use on employee self-concept and organizational commitment* (Thesis, Communication, University of the Pacific, Stockton, California). Hämtad från <http://costello.pub.hb.se/login?url=http://search.proquest.com/docview/304713817?accountid=9670>
- Becker, K., Fleming, J., & Keijsers, W. (2012). E-learning: Ageing workforce versus technology-savvy generation. *Education + Training*, 54(5), 385-400. doi:10.1108/00400911211244687
- Beirne, M., & Cromack, C. (2009). Managing creative coalitions: Reflections on the social side of services innovation. *European Management Journal*, 27(2), 83-89. doi:10.1016/j.emj.2009.01.002
- Berglund, R. (2010). *Engagemang efterfrågas: Hur tre tillverkande företag söker medverkan från sina medarbetare när de inför lean*. (Doktorsavhandling, Institutionen för arbetsvetenskap, Göteborgs universitet). Hämtad från <http://hdl.handle.net/2077/22303>
- Brocke, J. v., & Simons, A. (2014). *Enterprise content management in information systems research: Foundations, methods and cases* (1;2014; ed.). Heidelberg: Springer. doi:10.1007/978-3-642-39715-8
- Bryman, A., & Nilsson, B. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder* (2., [rev.] uppl. ed.). Malmö: Liber.
- Bäckhed, S. & Törmänen, I. (2016). *Arbetsstillfredsställelse. En kvantitativ studie om skillnader i arbetsstillfredsställelse mellan arbetare och tjänstemän*. (Examensarbete,

- Personal och arbetsliv, Linnéuniversitetet). Hämtad från <http://lnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:895212/FULLTEXT01.pdf>
- Checkland, P. & Holwell, S. (1998). *Information, Systems and Information Systems: Making Sense of the Field*. Chichester: Wiley.
- Chen, J., Silverthorne, C., & Hung, J. (2006). Organization communication, job stress, organizational commitment, and job performance of accounting professionals in taiwan and america. *Leadership & Organization Development Journal*, 27(4), 242-249. doi:10.1108/01437730610666000
- Chu, A.Z-C. & Chu, R.J-C. (2011) The intranet's role in newcomer socialization in the hotel industry in Taiwan - technology acceptance model analysis. *The International Journal of Human Resource Management*. 22(5), 1163-1179. DOI: 10.1080/09585192.2011.556795
- Daud Norzaidi, M., Choy Chong, S., Intan Salwani, M., & Lin, B. (2011). The indirect effects of intranet functionalities on middle managers' performance: Evidence from the maritime industry. *Kybernetes*, 40(1/2), 166-181. doi:10.1108/03684921111117988
- Eklöw, K. & Rosengren, S. 2005. *Attraktiv arbetsgivare. En jämförande studie i tre olika organisationer*. (Kandidatuppsats, Institutionen för psykologi, Lunds Universitet). Hämtad från <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOid=1331495&fileOid=1331496>
- Erikson, P. (2008). *Planerad kommunikation: Strategiskt ledningsstöd i företag och organisation* (6. uppl. ed.). Malmö: Liber.
- Farrant, J. (2003). *Internal communications* [E-läsarversion] (2;2nd; ed.). London: Thorogood Publishing. Hämtad från <http://site.ebrary.com/lib/costello.pub.hb.se/lib/boras/detail.action?docID=10088336>
- Fornes, S. L., Rocco, T. S., & Wollard, K. K. (2008). Workplace commitment: A conceptual model developed from integrative review of the research. *Human Resource Development Review*, 7(3), 339-357. doi:10.1177/1534484308318760
- Friedl, J., & Verčič, A. T. (2011). Media preferences of digital natives' internal communication: A pilot study. *Public Relations Review*, 37(1), 84-86. doi:10.1016/j.pubrev.2010.12.004
- Företaget AB Sverige. (2015). *Riktlinjer för kommunikation på [Företaget AB Sverige]. Riktlinjer och ansvar*. Opublicerat internt dokument.
- George, J.M. & Jones, G.R. 2012. *Understanding and Managing Organizational Behavior*. uppl. 6. Harlow. Pearson Education Limited.

- Heide, M. (2002). *Intranät; en ny arena för kommunikation och lärande*. (Avhandling, Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds universitet, Lund). Hämtad från <https://lucris.lub.lu.se/ws/files/4872164/4436101.pdf>
- Heide, M., Johansson, C., & Simonsson, C. (2012). *Kommunikation i organisationer*. Malmö: Liber.
- Heide, M. & Simonsson, C. (2011). Putting Coworkers in the Limelight: New Challenges for Communication Professionals. *International Journal of Strategic Communication*, 5:4, s. 201-220.
- Horton, R. P., Buck, T., Waterson, P. E., & Clegg, C. W. (2001). Explaining intranet use with the technology acceptance model. *Journal of Information Technology*, 16(4), 237-249. doi:10.1080/02683960110102407
- Igbaria, M., & Nachman, S. A. (1990). Correlates of user satisfaction with end user computing: An exploratory study. *Information & Management*, 19(2), 73-82. doi:10.1016/0378-7206(90)90017-C
- Johansson, C., & Heide, M. (2008). Speaking of change: Three communication approaches in studies of organizational change. *Corporate Communications: An International Journal*, 13(3), 288-305. doi:10.1108/13563280810893661
- Johnson, J. D. (2015). The seven deadly tensions of health-related human information behavior. *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 18, 225-234.
- Joshi, K., & Rai, A. (2000). Impact of the quality of information products on information system users' job satisfaction: An empirical investigation. *Information Systems Journal*, 10(4), 323-345. doi:10.1046/j.1365-2575.2000.00087.x
- Karaali, D., Gumussoy, C. A., & Calisir, F. (2011). Factors affecting the intention to use a web-based learning system among blue-collar workers in the automotive industry. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 343-354. doi:10.1016/j.chb.2010.08.012
- Kaufmann, G., Kaufmann, A., & Larson, P. (2010). *Psykologi i organisation och ledning* (3rd ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Kvale, S., Brinkmann, S., & Torhell, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun* (2. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Landby, A., (2014). *Intranät uppifrån och nedifrån: Skillnader i åsikter mellan ledning och personal – en fallstudie* (Kandidatuppsats, Institutionen för kultur- och medievvetenskaper, Umeå universitet). Hämtad från <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:783710/FULLTEXT01.pdf>
- Larsson, L. (2008). *Tillämpad kommunikationsvetenskap* (3. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.

- Lee, S., & Kim, B. G. (2009). Factors affecting the usage of intranet: A confirmatory study. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 191-201. doi:10.1016/j.chb.2008.08.007
- Ljungberg, S. (2010). *Medarbetarnas uppfattning om den psykosociala arbetsmiljön. En kvalitativ pilotstudie om engagemang och trivsel på ett logistikföretag* (Examensarbete, Enheten för socialmedicin, Göteborgs universitet). Hämtad från https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/23847/1/gupea_2077_23847_1.pdf
- Lundgren, L. (2006). *Makten över intranätet: En kartläggning av forskningen kring intranät ur ett kommunikationsperspektiv*. Ingår i: *Communiqué 2006*, Sundsvall: Mittuniversitetet, s.84-107. Konferensbidrag (Refereegranskat). Hämtad från <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:272979/FULLTEXT02.pdf>
- Lundgren, L., Strandh, K., & Johansson, C. (2012). *De sociala intranätens praxis – användning, nytta och framgångsfaktorer*. Sundsvall: Mittuniversitetet. Rapportserie: nr 5. ISBN 978-91-86694-84-5
- Martynenko, M. (2015). Formation of organisational knowledge in ukrainian enterprises on the basis of internal communications. *Economics & Sociology*, 8(1), 88.
- Marques, J. F. (2010). Enhancing the quality of organizational communication: A presentation of reflection-based criteria. *Journal of Communication Management*, 14(1), 47-47. doi:10.1108/13632541011017807
- Mazzei, A. (2010). Promoting active communication behaviours through internal communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 15(3), 221-234. doi:10.1108/13563281011068096
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89. doi:10.1016/1053-4822(91)90011-Z
- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (2004). *TCM Employee Commitment Survey*. Academic Users Guide 2004. Department of Psychology. The University of Western Ontario. Hämtad 8 april, 2016, från <http://employeecommitment.com/>
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20-52. doi:10.1006/jvbe.2001.1842
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2.th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mosbeh, R., & Soliman, K. S. (2008). An exploratory analysis of factors affecting users' adoption of corporate intranet. *Management Research News*, 31(5), 375-385. doi:10.1108/01409170810865172

- Murgolo-Poore, M. & Pitt, L. (2001). Intranets and employee communication: PR behind the firewall. *Journal of Communication Management*, 5(3), 231 – 241. doi:10.1108/13632540110806794
- Orna, E. (2005). *Making knowledge visible: Communicating knowledge through information products*. Aldershot: Gower Pub.
- Pan, S. L., Hsieh, M. H., & Chen, H. (2001). Knowledge sharing through intranetbased learning: A case study of an online learning center. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 11(3), 179–195. doi: 10.1207/S15327744JOCE1103_03
- Phelps, R., & Mok, M. (1999). Managing the risks of intranet implementation: An empirical study of user satisfaction. *Journal of Information Technology*, 14(1), 39-52. doi:10.1080/026839699344737
- Pickard, A. J. (2013). *Research methods in information* (2.th ed.). London: Facet.
- Postmes, T. T., de Wit, B.P.M, & Tanis, M. A. (2001). Communication and commitment in organizations: A social identity approach. *Group Processes & Intergroup Relations*, 4(3), 227-246. doi:10.1177/1368430201004003004
- Putnam, L. L., & Maydan Nicotera, A. (2010). Communicative constitution of organization is a question: Critical issues for addressing it. *Management Communication Quarterly*, 24(1), 158-165. doi:10.1177/0893318909351581
- Reuterskiöld, C. (2014). "Paddor i praktiken". *Skolutveckling i digitala lärvverktyg/iPads -från teori till praktik* (Examensarbete, Lärande och samhälle, Malmö högskola). Hämtad från <https://dspace.mah.se/bitstream/handle/2043/16887/Paddor%20i%20praktiken%2c%20uppsats%20%20original%20140131.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Rice, R. E., & Shook, D. E. (1990). Relationships of job categories and organizational levels to use of communication channels, including electronic model: A meta-analysis and extension. *Journal of Management Studies*, 27(2), 195-229.
- Rousseau, D. M. (1998). Why workers still identify with organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 19(3), 217-233. doi:10.1002/(SICI)1099-1379(199805)19:3<217::AID-JOB931>3.0.CO;2-N
- Ruck, K., & Welch, M. (2012). Valuing internal communication; management and employee perspectives. *Public Relations Review*, 38(2), 294-302. doi:10.1016/j.pubrev.2011.12.016
- Rutanen, I. (2013). *Developing knowledge management and internal communication through a virtual workspace. Case: Company X* (Thesis, Laurea University of Applied Sciences, Laurea Leppävaara). Hämtad från https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/54905/ThesisFinal_100313_IdaR_CompanyX.pdf?sequence=1

- Sisko Maarit Lipiäinen, H., Ensio Karjaluoto, H., & Nevalainen, M. (2014). Digital channels in the internal communication of a multinational corporation. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(3), 275-286. doi:10.1108/CCIJ-07-2012-0050
- Skok, W., & Kalmanovitch, C. (2005). Evaluating the role and effectiveness of an intranet in facilitating knowledge management: A case study at surrey county council. *Information & Management*, 42(5), 731-744. doi:10.1016/j.im.2004.04.008
- Språkrådet. (u.å.): "Lexin." Hämtat 4 maj, 2016, från <http://lexin.nada.kth.se/sve-sve.html>
- Stenmark, D. (2003). Knowledge creation and the web: Factors indicating why some intranets succeed where others fail. *Knowledge and Process Management*, 10(3), 207-216. doi:10.1002/kpm.173
- Stenmark, D. (2010). Information seeking in organisations: A comparative survey of intranet usage. *Proceedings of the 16th Americas Conference on Information Systems (AMCIS), Lima, Peru, August 12-15, 2010*.
- Stein, A. (2006). Employee communications and community: An exploratory study. *Journal of Public Relations Research*, 18(3), 249-264. doi:10.1207/s1532754xjpr1803_3
- Ström, Å. & Wiklund, P. (2000). *Intranet som verktyg: med avseende på informationsbehov och kommunikationsmönster* (Examensarbete, Institutionen för Industriell ekonomi och samhällsvetenskap, Luleå tekniska universitet). Hämtad från <http://pure.ltu.se/portal/files/30846242/LTU-SHU-EX-00227-SE.pdf>
- Sussman, S. W., & Siegal, W. S. (2003). Informational influence in organizations: An integrated approach to knowledge adoption. *Information Systems Research*, 14(1), 47-65. doi:10.1287/isre.14.1.47.14767
- Svärd, K. & Wedin, M. (2012). *Kommunikations- och arbetstillfredsställelse i relation till KASAM* (Kandidatuppsats, Akademin för hållbar samhälls- och teknikutveckling, Mälardalens högskola). Hämtad från: <http://mdh.diva-portal.org/smash/get/diva2:538325/FULLTEXT01.pdf>
- Tariszka-Semegine, E. (2012). Organizational internal communication as a means of improving efficiency. *European Scientific Journal*, 8(15), 86-96.
- ter Hoeven, C. L., & Verhoeven, J. W. M. (2013). Sharing is caring. *Corporate Communications: An International Journal*, 18(2), 264-279. doi:10.1108/13563281311319526
- Trevino, L. K., Lengel, R. H., & Daft, R. L. (1987). Media symbolism, media richness, and media choice in organizations: A symbolic interactionist perspective. *Communication Research*, 14(5), 553-574. doi:10.1177/009365087014005006
- Trost, J., (2010). *Kvalitativa Intervjuer*. uppl. 4:3. Lund. Studentlitteratur AB.

- Uusi-Rauva, C., & Nurkka, J. (2010). Effective internal environment-related communication: An employee perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 15(3), 299–314. doi:10.1108/13563281011068140
- Vetenskapsrådet (u.å.). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtad 25 februari, 2016, från: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>
- Welch, M. (2012). Appropriateness and acceptability: Employee perspectives of internal communication. *Public Relations Review*, 38(2), 246-254. doi:10.1016/j.pubrev.2011.12.017
- Welch, M. (2013). Mastering internal communication: Knowledge foundations and postgraduate education. *Public Relations Review*, 39(5), 615-617. doi:10.1016/j.pubrev.2013.04.003
- Welch, M., & Jackson, P. R. (2007). Rethinking internal communication: A stakeholder approach. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(2), 177-198. doi:10.1108/13563280710744847
- White, C., Vanc, A., & Stafford, G. (2010). Internal communication, information satisfaction, and sense of community: The effect of personal influence. *Journal of Public Relations Research*, 22(1), 65-84. doi:10.1080/10627260903170985
- Woodall, K. (2006). The future of business communication. I T.L. Gillis (Red.), *The IABC Handbook of Organizational Communication: A Guide to Internal Communication, Public Relations, Marketing and Leadership*, Jossey-Bass/JohnWiley, San Francisco, CA, s. 514-531.
- Yi, M. Y., Jackson, J. D., Park, J. S., & Probst, J. C. (2006). Understanding information technology acceptance by individual professionals: Toward an integrative view. *Information & Management*, 43(3), 350-363. doi:10.1016/j.im.2005.08.006
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.

9. Bilagor

9.1. Förundersökning: Sökandet efter intern information

PROJEKTARBETE INOM MAGSISTERUTBILDNING I STRATEGISK INFORMATION OCH
KOMMUNIKATION, INSTITUTIONEN FÖR BIBLIOTEKS- OCH INFORMATIONSVETENSKAP,
HÖGSKOLAN I BORÅS

Sökandet efter intern information

Några medarbetare inom produktionen på ett livsmedelsproducerande företag berättar om hur de upplever och genomför sökandet efter intern information

Inledning

Undersökningen i föreliggande rapport beskriver hur några medarbetare inom produktionen på ett livsmedelsproducerande företag upplever och genomför sökandet efter intern information. Anläggningen i föreliggande undersökning är placerad i Sverige och har cirka 500 anställda, varav cirka 350 utgör produktionspersonal.

Bakgrund och problembeskrivning

Uppdraget att nå verksamhetens alla medarbetare med intern information ligger inom ansvarsområdet för information och kommunikation. Efter en introduktion i hur intern information förmedlas i organisationen och en samtida okulär genomgång av verksamhetens lokaler samt en översiktlig beskrivning av de kommunikationskanaler som används görs det i föreliggande rapport en fundering kring hur medarbetares sökande efter intern information ser ut och hur de upplever sökandet i de informationskanaler som företaget använder. Bharadway (2014, s.185) visar att det inom organisationer finns ett behov av att maximera kommunikationen eftersom detta har direkt koppling till chanserna att medarbetarna stannar kvar i organisationen och är fortsatt engagerade i verksamheten. Föreliggande rapport tar sin ansats ur detta påstående.

Intranät

Företagets intranät är endast tillgängligt på datorer i företagets lokaler. Intranätet är tillgängligt för medarbetare som har företagskopplade personliga mejladresser. Medarbetare inom produktionen har inte företagskopplade mejladresser. Dessa medarbetare har därmed tillgång till företagets intranät endast i pausrummen.

Tv-skärmar

Intern information presenteras även på två tv-skärmar. Det finns två skärmar. De finns uppsatta i matsalen och i korridoren för omklädning. Det finns även en tv-skärm i entrén, denna presenterar både extern och intern information. Medarbetare inom produktionen, i bryggprocessen och på lagret passerar dagligen tv-skärmen i korridoren för omklädning. För närvarande sker en ombyggnation i matsalen. Detta medför att både tv-skärmen i matsalen och i korridoren för omklädning är nedmonterade. Tv-skärmarna har inte placerats någon annan stans och inte heller finns någon alternativ kanal för att förmedla information i nuläget. Ombyggnationen har pågått sedan starten av februari och förväntas pågå mars månad ut.

Syfte

Undersökningen syftar till att ta reda på hur medarbetarna inom produktionen *går tillväga* när de söker intern information samt hur de *upplever sökandet* efter den interna informationen. Undersökningen syftar även till att identifiera förslag till *förändringar* utifrån medarbetarnas upplevelser.

Frågeställning

Följande frågeställningar besvaras i föreliggande rapport:

- Hur går medarbetarna *tillväga* när de söker intern information? (hur, var, hur ofta)
- Hur *upplever* medarbetarna *sökandet* efter intern information? (tillgänglighet)
- Vilka *förändringar* önskar medarbetarna se när det gäller informationskanaler?

Metod

Studien genomfördes med hjälp av två kvalitativa undersökningsmetoder, semistrukturerad intervju samt Contextual Inquiry, nedan kallad CI. Nedan beskrivs urvalet av respondenter och tillvägagångssättet i undersökningarna samt hur den insamlade datan behandlades.

Urval

Deltagarna till studien rekryterades genom ett bekvämlighetsurval (Trost, 1994). Detta innebär att deltagarna, nedan kallade respondenter, blev tillfrågade om deltagande via en kommunikatör på företaget. Denne person förmedlade i sin tur förfrågan om deltagande vidare till berörda parter som i sin tur utsåg respondenter:

Kommunikatör -> Produktionsdirektör -> Produktionschef -> Produktionsledare ->
Respondenter

I samband med urvalet förmedlades även ett informationsbrev om undersökningen, se bilaga 1.

Datainsamlingsmetoder

Kvale, Brinkmann och Thorhell (2009, s.121) menar att i valet av undersökningsmetod måste frågorna ”varför?” och ”vad?” besvaras av undersökaren innan hen kan ta ställning till ”hur” undersökningen kan genomföras. Vidare menar författarna att forskaren genom den ”kvalitativa forskningsintervjun söker förstå världen från undersökningens synvinkel, (och) utveckla mening ur deras erfarenheter” (s.17). I föreliggande rapport var önskemålet att söka förstå medarbetarnas unika upplevelse av intern informationssökning.

Intervju

Intervjuer syftar till att skapa en djupare förståelse för och utforska vad personer tänker, känner och kommer ihåg om händelser (Pickard, 2013). Intervju som undersökningsmetod valdes som metod i föreliggande rapport för att kunna få en förståelse för medarbetarens upplevelser av sökandet efter intern information. Intervjun var semistrukturerad och utgick från centrala frågor (för intervjufrågor, se bilaga 2). Härigenom gavs informanten möjlighet att fritt berätta om sina upplevelser och sina känslor, tankar och uppfattningar.

Contextual inquiry

Kantner, Sova och Rosenbaum (2003) beskriver hur CI syftar till att samla in kvalitativ information i form av undersökarens observationer av deltagarens beteende samt deltagarens kommentarer och förklaringar. Endast användaren av något vet varför hen gör som hen gör, den informationen görs endast tillgänglig genom dialog förklarar Hackos (2002, s.881). CI valdes som metod i föreliggande rapport för att få en förståelse för hur medarbetaren använder intranätet och hur hen upplever användningen av denna informationskanal. I bilaga 3 presenteras underlaget för CI-sessionen.

Tillvägagångssätt

När respondenterna välkomnats inleddes båda sessionerna med information om hur lång tid undersökningen skulle ta och vad som önskades av respondenterna (svara fritt på frågor respektive genomföra en sökning på intranätet och samtidigt tänka högt). Därpå fick de information om att undersökningen uppfyllde de fyra forskningsetiska principerna (Vetenskapsrådet). De informerades om att deras deltagande var frivilligt och att de när som helst kunde avbryta sitt deltagande. Respondenterna tillfrågades om de godkände ljudupptagning under intervjun respektive CI-sessionen och de fick information om att ljudfilerna förstörs efter transkribering. De informerades även om att det endast är författaren till rapporten som har tillgång till det insamlade materialet samt att respondenterna oidentifieras i rapporten. Respondenterna informerades om syftet med undersökningen och de gavs möjlighet att få läsa rapporten i sin fullständiga form.

Intervju genomfördes med respondent 1, därpå genomfördes CI-session med respondent 2. Båda sessionerna startade med en uppmjukning där respondenten frågades om hans arbetsuppgifter och hur länge personen arbetat på företaget. Vid intervjun ställdes därpå frågorna från intervjuunderlaget med undantag för några frågor, detta då respondenten redan besvarat dem i sina tidigare svar. I anslutning till respondentens svar ställdes följdfrågor för att fördjupa undersökarens förståelse men även för att klara ut de frågetecken som uppstod. Intervjun tog 20 minuter i anspråk.

Vid CI-sessionen frågades, efter uppmjukningen, vilken sökning respondenten senast genomförde på intranätet. Utifrån detta svar diskuterade undersökaren och respondenten efter lämplig information att söka efter. När sökmålet bestämts uppmuntrades respondenten att genomföra sökningen och parallellt tänka högt och beskriva vad hen gjorde. Undersökaren stod bredvid respondenten och observerade respondentens beteende, ställde förtydligande frågor och noterade vilka steg respondenten tog för att genomföra sökningen. När respondenten avslutat sökningen bads respondenten utvärdera hur sökningen gick. CI-sessionen avslutades med att respondenten och undersökaren tillsammans tolkade respondentens upplevelser av sökningen. Undersökningarna genomfördes i en av företagets lokaler. CI-sessionen tog 20 minuter i anspråk. Undersökningarna genomfördes direkt i anslutning till varandra. Detta gjordes av praktiska skäl med hänsyn till den tidsbegränsning föreliggande rapport hade.

Databehandling

Det gjordes ljudupptagningar och togs anteckningar vid båda undersökningstillfällena. Anteckningarna renskrevs och transkriberingen av båda ljudupptagningarna gjordes i anslutning till undersökningstillfällena. Detta för att i största möjliga mån säkerställa att

anteckningarna stämde överens med de visuella intryck och känslomässiga upplevelser undersökaren upplevde. Pickard (2013, s.201) rekommenderar att transkribering sker snarast möjligast efter intervjun och gärna direkt i anslutning till intervjun. Ljudupptagningarna förstördes efter transkribering. Den insamlade datan från intervjun analyserades och kategoriserades i de teman som framträdde. Datat från CIn analyserades med hjälp av ett analysverktyg hämtat från Kantner, Sova och Rosenbaum (2003).

Resultat

Resultatet av undersökningarna i föreliggande rapport visar att respondenterna regelbundet söker intern information på intranätet. Informationssökningarna som görs förefaller vara övergripande och inte djupgående. Intranätet upplevs som användarvänligt. Även tv-skärmarna används för informationssökning, denna sökning karakteriseras dock av tillfällighet. Information söks förutom på intranätet och tv-skärmar även i skiftbytesmöten. Informationen som söks på intranätet upplevs mindre viktig än den som söks i skiftbytesmötet. I undersökningen urskiljs inga önskemål om förändringar på de befintliga informationskanalerna.

Slumpen avgör om tv-skärmarna används för informationssökande

Respondent R1 menar sig endast använda intranätet för sina sökningar av intern information och att ingen annan informationskanal används för att söka information. Tv-skärmen som suttit i omklädningskorridoren passerar respondenten varje dag och personen ger den *”bara en snabblick när jag går förbi, men jag står ju inte och tittar på den någon längre tid. Jag stannar inte upp där. (...) När jag ska gå hem så tittar jag kanske lite när de rullar på. Jag stannar väl till ett par minuter kanske. Fast det gör jag inte varje dag. Om jag ser något intressant som kommer upp så stannar jag och tittar på det. Men jag står inte och väntar på att det ska bläddra. Så det är nästan slumpen som gör att man kommer på rätt bild”*.

Tv-skärmen som suttit i matsalen tittar respondent R1 sällan på: *”Jag går ju nästan aldrig till matsalen, så jag kollar ju inte den. Vi har fikarum där nere så jag sitter alltid där med min egen mat”*.

Intranätet används regelbundet för sökandet efter intern information

Båda respondenterna har sökt information på intranätet samma dag som undersökningarna genomförs. Respondent R1 besöker intranätet regelbundet och förklarar: *”det gör jag ju kontinuerligt varje dag nästan”*.

Framst ytlig information söks på intranätet

Den information som respondenterna söker på intranätet är främst den som presenteras på startsidan. Respondent R1 beskriver: *”Jag har inte gjort någon direkt sökning, jag har bara kollat över, jag har kollat rubriker men inte gått in på något specifikt, det har jag inte”*.

Respondent R2 betonar att hen inte ser sig som en van användare av varken datorer eller intranätet: ”*jag inte är en sån där riktigt hundra van användare heller (...) av datorer över huvud taget. Jag använder dem när det är ett måste. Jag tycker inte det är speciellt spännande eller roligt*”.

Både eget och andras intresse föranleder sökningar på intranätet

Respondenterna söker information på intranätet både för eget och andras intresse. Respondent R2 hade besökt intranätet i syfte att hjälpa en kollega hitta information kring dennes tidsstämplingar. Respondenten hade även besökt intranätet i syfte att hitta information till sig själv och förklarar att hen var ”*nyfiken på vilka som hade fått utmärkelsen XXX Award*”. Respondent R1 söker efter nyheter ”*Det som står på första sidan, om det är något nytt*” och information om vilken mat som serveras i restaurangen: ”*Matsedeln (...) var jag inne och kollade i måndags*”.

Intranätets menyer är tydliga att söka via

Utifrån observationen av respondent R2s sökning på intranätet förefaller intranätet ha en god användarvänlighet. Respondenten lotsade sig själv genom rubriker och menyer på ett lugnt och metodiskt sätt och fördjupade sin sökning nivå efter nivå. Respondenten lyckades i första försöket att navigera sig fram till målet, trots att hen ”*aldrig varit inne på denna tidigare*”. Respondenten själv ansåg att det ”*var (bra) att jag hittade rätt. Det var ganska så tydligt, bara man tar sig lugnet att läsa och inte hasta iväg så finns det att finna vägen dit*”.

Vid slutmålet möttes respondenten av ett hinder, att ett länkat word-dokument gick inte att öppna. Respondenten reagerade med att uttrycka: ”*Här hade jag nog gett upp*”. Respondenten provade ändå att gå tillbaka i menyn och uppåt i den hierarkiska nivån ett steg och tog sedan samma väg tillbaka nedåt i hierarkin och försökte på nytt att öppna det länkade dokumentet. Denna gång lyckades det. Tabell 1 visar antal moment som genomfördes.

Omdöme	Definition	Antal moment
Tvärrstopp	Hindrar slutförande av uppgift	0
Hinder	Orsakar betydande försening, ansträngning, frustration	1
Irritation	Minimal påverkan på uppgiftens utförande men onödig källa till frustration och irritation	0
Brist	Behöver förtydligas/förbättras för bättre användarvänligt	0
Oklart	Behövs mer undersökning för att bedöma påverkan på användarvänligheten	0
Behåll	Understödjer användarvänligheten	5
Totalt		7

Tabell 1. CI-sessionen visar att för sökningen som genomfördes fungerar intranätet utan större hinder (analysmodell hämtad från Kantner, Sova & Rosenbaum, 2003, s.71).

Olika värdefull information

Respondent R1 lyfter fram att den viktigaste informationen som hen söker är den som hen får i skiftbytes-mötet: ”*mun till mun. Det är jätteviktigt. När tidiga skiftet ska gå hem så möter vi dem lite innan. Så pratar vi lite där om vad som har krånglat och vad som ska ske*”. Respondenten förtydligar flera gånger betydelsefullheten i just den informationen som söks i detta möte: ”*Det viktigaste som jag tycker att vi har är det informella när vi byter skift. Då får man ju riktigt färsk information om hur det har gått för dem tidigare. Det känns nästan som att det är det viktigaste fastän det är informellt*”. Respondenten reflekterar även över att det är en informell informationssökning: ”*Det är inget uttalat så att man ska göra det, tror jag inte*”.

Information på intranätet anser personen vara allmängiltig i sin karaktär till skillnad från den information som direkt rör det platsbundna fysiska arbetet vid produktionsmaskinerna. Respondent R1 värderar informationen som söks på intranätet som mindre viktig för det jobb som hen utför: ”*Det är ju mest att man surfar runt och tittar på olika saker. Det är ju inte direkt så mycket som berör jobbet*”. Respondenten förklarar att hen söker information på intranätet för att hålla sig uppdaterad om verksamheten i stort: ”*för att få reda på lite grann hur det har gått. Det står ju ofta bloggar och lite allt möjligt. Det är ingenting direkt som jag har jättemycket beroende av i mitt jobb. Jag skulle ju klara mig utan att titta på den en hel vecka, utan problem i mitt jobb*”. Respondenten upplever att på intranätet och även som på tv-skärmarna presenteras information som inte är viktig: ”*inte direkt några viktiga saker som står där*”.

Förändringar

I undersökningarna framkommer inga konkreta förslag på eller önskemål om förändringar av de informationskanaler som används för sökning av intern information.

Reflektion/diskussion

Nedan presenteras en diskussion kring resultatet i relation till syftet och det görs reflektioner över hur undersökningen skulle kunna fördjupas. Därpå följer en kritisk granskning över studiens genomförande.

Resultaten i relation till syftet

Syftet med föreliggande undersökning var att ta reda på hur medarbetarna inom produktionen går tillväga när de söker intern information samt hur de upplever sökandet efter den interna informationen. Undersökningen syftade även till att identifiera förslag till förändringar utifrån medarbetarnas upplevelser.

När det kommer till hur medarbetarna *går tillväga* för att söka intern information visar resultatet att:

- Intern information söks regelbundet på intranätet
- Intern information söks även via tv-skärmarna, om än inte i samma utsträckning som via intranätet
- Intern information söks även i skiftbytesmöten, via mun till mun

Hur medarbetarna *upplever sökandet* efter intern information visar resultatet att:

- Intranätets menyer upplevs som tydliga att söka via
- Informationen som söks på intranätet upplevs som mindre viktig än den som söks i skiftbytesmötet
- Informationssökningarna på intranätet förefaller vara övergripande och inte djupgående

Medarbetarna uttrycker inga önskemål om *förändringar* på de befintliga informationskanalerna.

Det kan kännas lockande att presentera en teori som menar att medarbetare inom produktionen, som oftast befinner sig vid produktionsmaskiner snarare än framför intranätet, kan tänkas uppleva att information som presenteras i denna kanal är distant och inte direkt kopplad till de dagliga arbetsrutinerna och därmed inte berör dem. Samtidigt visar resultatet i föreliggande studie att respondenterna regelbundet besöker intranätet. Vad är det som lockar dem att söka information på intranätet? De upplever att informationen som presenteras på intranätet inte har vikt för arbetet men ändå besöker de intranätet regelbundet. Kan det vara ett uttryck för ett sätt att hos sig själv skapa en känsla av delaktighet i organisationen som helhet?

Respondenterna i föreliggande studie har varit anställda i organisationen i 20 respektive 39 år. Utifrån Bharadways (2014) teori att en maximerad kommunikation ökar chanserna att medarbetarna stannar kvar i organisationen kan det tänkas att det inom produktionen på företaget finns en maximerad, eller tillräckligt god, kommunikation. Denna fundering springer ur den värdering som en av respondenterna gör när denne lyfter fram att den information som värderas som viktig är den som söks i mötet vid skiftbytet och inte den som presenteras på intranätet. Kanske finns det inte något behov hos medarbetarna inom produktionen att söka (djupgående) information på intranätet?

Intranätet och tv-skärmar används för sökandet av information som värderas vara av lägre vikt än den information som söks i skiftbytesmötet. Den information som är av hög vikt är den information som är direkt kopplad till det praktiska arbetet som medarbetarna utför. För medarbetare som har datorn som arbetsredskap kan det kanske tänkas att intranätet är en informationskanal av hög vikt, detta verkar inte gälla för medarbetare inom produktionen.

Fortsatt undersökande

Om den information som presenteras på intranätet inte upplevs som viktig för medarbetarna inom produktionen vore det intressant att undersöka hur stor andel av medarbetarna inom produktionen som regelbundet besöker intranätet och i vilket syfte de söker information i denna kanal. För en sådan kvantitativ undersökning skulle en webb-enkät vara lämplig att använda. Undersökningen skulle kunna kompletteras med en dokumentanalys av hur stor andel av nyheter och blogginlägg som presenteras på intranätet och som, kommenteras av medarbetare inom produktionen. Undersökningen skulle kunna springa ur problemområdet kring hur en organisation kan försäkra sig om att alla medarbetare tillgodogör sig den interna information som presenteras på intranätet.

Förbättringsförslag vid kommande undersökningar

Tiden som hade satts till 15-20 minuter per undersökning var anpassad för en undersökning i mindre omfång. En utökning med den dubbla tiden hade kunnat ge fördjupade svar och möjlighet att fördjupa respondenternas svar.

Om en intervju skulle genomföras med samma frågor igen skulle de troligen kunna ge liknande data, med andra ord är mätmetoden, frågorna, tillförlitliga. Validiteten, huruvida frågorna mäter det som de avser att mäta, kan däremot diskuteras. Undersökarens tolkningar vid analysen av materialet har en betydande inverkan samtidigt som intervjufrågorna gav data som kunde användas för att besvara frågeställningarna.

De båda undersökningarna genomfördes i direkt anslutning till varandra. Det reducerade möjligheten att dra fördel av lärdomar från den första undersökningen till den andra. Om undersökningarna hade genomförts vid olika tillfällen hade upptäckter i den första undersökningen kunnat användas vid nästkommande undersökning. Detta rekommenderar Pickard (2013) och menar att genom att bearbeta redan insamlade data kan intressanta infallsvinklar upptäckas och vilka kan vara i fokus för nästkommande undersökning.

Om intervjun skulle genomföras igen skulle den gynnas av att innehålla färre frågor. Dessa skulle blandas upp med teman för respondenterna att prata fritt om.

För att bättre kunna möta det forskningsetiska kravet på konfidentialitet och anonymitet bör fler respondenter ingå som deltagare i undersökningen.

Referenser

- Bharadwaj, A. (2014). Planning internal communication profile for organizational effectiveness. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 3(2), 183-192. doi:10.1177/2277975214542059
- Hackos, J. (2002). Field Methods for Task Analysis i D. Wixon, J. Ramey, K. Holtzblatt, H. Beyer, J. Hackos, S. Rosenbaum & K. Laakso. *Usability in practice: Field methods evolution and revolution*. Paper presented at the 880-884. doi:10.1145/506443.506646
- Kantner, L., Sova, D., & Rosenbaum, S. (2003). *Alternative methods for field usability research*. Paper presented at the 68-72. doi:10.1145/944868.944883
- Pickard, A. J. (2013). *Research methods in information* (2.th ed.). London: Facet.
- Kvale, S., Brinkmann, S., & Torhell, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun* (2. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Trost, J. (1994). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.
- Vetenskapsrådet. *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtad 25 februari, 2016, från: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

Till dig som vill delta i undersökningen

Hej och tack för att du är intresserad av att vara med i undersökningen!

Jag som intervjuar dig läser magisterprogrammet i strategisk information och kommunikation vid högskolan i Borås. Jag är intresserad av informationshantering och vill lära mig mer om hur den interna informationshanteringen går till på XXX. I intervjun vill jag få en förståelse för hur just du tänker om intern information på XXX och hur du gör när du söker intern information. Med intern information menar jag sådan information som endast riktar sig till anställda på XXX. Det handlar alltså inte om information till allmänheten.

Så här går intervjun till

Intervjun tar cirka 15-20 minuter. Vi genomför intervjun i ett rum där det bara är vi två. Rummet är på XXX. Under intervjun ställer jag frågor till dig om hur du söker intern information. Eventuellt kommer jag be dig att vid en dator visa mig hur du gör när du söker information på intranätet.

Du är anonym

Resultatet av intervjun presenterar jag i en rapport. När min lärare har godkänt rapporten får du möjlighet att läsa den. I rapporten går det inte att se dina personuppgifter. Det betyder att ingen kan se vad just du har svarat.

Pilotundersökning

Det här är en pilotundersökning. Det innebär att rapporten kan komma att användas som underlag inför en större undersökning som jag eventuellt kommer att genomföra på XXX.

Frivilligt att delta

Det är frivilligt för dig att delta i undersökningen och du har möjlighet att när som helst dra dig ur undersökningen.

Kontakta mig gärna

Har du några funderingar om intervjun vill jag gärna att du kontaktar mig. Du når mig på 000-0000000. Du kan också kontakta min handledare på XXX, kommunikatör XX. Du når honom på 000-0000000.

Jag ser fram mot att intervjuar dig!

Med vänlig hälsning

Daniella Norrgård

Student vid magisterprogrammet i strategisk information och kommunikation vid högskolan i Borås

Intervjuunderlag – intervju, 24 februari 2016

Introduktion

- Tack för att du vill vara med i undersökningen
- Den handlar om hur du upplever den interna informationen på XXX
- Magisterprogrammet SIK vid högskolan i Borås
- Frivilligt, du kan dra dig ur när som helst
- Anonym, ingen kan se vad just du har svarat
- Du får läsa rapporten när den är klar
- Pilotundersökning, resultatet kan användas som underlag till en större undersökning
- 15-20 minuter
- Jag ställer frågor till dig och du berättar fritt
- Jag vill gärna spela in vår intervju, går det bra? Ingen annan kommer att få lyssna på inspelningen och jag förstör inspelningen när min rapport är klar

Bakgrundsfrågor

- **Hur länge har du arbetat på XXX?**
- **Hur gammal är du?**

Med *intern information* menar jag sådant som handlar om XXXs lokaler (t.ex. att vattnet är avstängt eller att matsalen ska byggas om) och information som du behöver i arbetet du utför. Det kan också vara information om nyanställningar eller semesterlistor etc.

Intervju

1. **Isbrytare: När sökte du senast efter intern information?**
2. **Hur gjorde du då?**
3. **Hur brukar du göra när du söker?** (söker på intranätet, läser på tv-skärmar, frågar kollegor, ringer HR, läser affischer)
4. **Var söker du?** (intranät, tv-skärmar...)
5. **Vad tycker du är bra med de här informationskanalerna/platserna?**
6. **Vad tycker du skulle förändras med de här informationskanalerna/platserna?**
7. **Hur ofta söker du information?**
8. **Hur lätt/enkelt tycker du det är att hitta den information du söker efter?**
9. **Den information som du inte hittar, hittar du den informationen någon annan stans? Var?**
10. **I den bästa av världar, hur och var skulle du vilja söka efter informationen?**
11. **Vill du lägga till något?**

Tack för att du var med i undersökningen!

Intervjuunderlag – Contextual Inquiry, 24 februari 2016

Introduktion

- Tack för att du vill vara med i undersökningen
- Den handlar om hur du upplever den interna informationen på XXX
- Magisterprogrammet SIK vid högskolan i Borås
- Frivilligt, du kan dra dig ur när som helst
- Anonym, ingen kan se vad just du har svarat
- Du får läsa rapporten när den är klar
- Pilotundersökning, resultatet kan användas som underlag till en större undersökning
- 15-20 minuter
- Jag vill att du tänker högt, jag ställer frågor till dig för att förstå vad du gör
- Jag vill gärna spela in vårt samtal, är det ok med dig? Ingen annan kommer att få lyssna på inspelningen och jag förstör inspelningen när min rapport är klar

Bakgrundsfrågor

- **Hur länge har du arbetat på XXX?**
- **Hur gammal är du?**

Med intern information menar jag sådant som handlar om XXXs lokaler (t.ex. att vattnet är avstängt eller att matsalen ska byggas om) och information som du behöver i arbetet du utför. Det kan också vara information om nyanställningar eller semesterlistor etc.

Contextual inquiry

Isbrytare:

1. **När sökte du senast efter intern information på intranätet?**
2. **Hur gjorde du då? Vill du visa mig?**

Observation:

3. **Beskriv och förklara vad du gör och varför**
4. **Varför gjorde du så? Varför börjar du här?**
Anteckna: Vad verkar bra? Vad verkar dåligt? Vad använder deltagaren? Vad använder hen inte? Vilka steg går hen igenom?
Ta kopior på artefakter, såsom om personen gör handskrivna anteckningar på papper
5. **Hur tyckte du att det gick? Hur bedömer du webbplatsen? Varför? Lyckades du med din uppgift eller inte? Varför? Vad var bra, vad var dåligt?**

Gemensam tolkning:

- Dela studiedeltagarens upplevelse. Diskutera tillsammans tolkningen av viktiga saker som kommit fram under observationen.
6. **Det verkade som att du hade problem med den här delen av webbplatsen. Stämmer det?** Deltagaren får bekräfta eller förneka och berätta sin egen åsikt/tolkning.

Tack för att du var med i undersökningen!

9.2. Informationsbrev till respondenter

Till dig som vill delta i undersökningen

Hej och tack för att du är intresserad av att vara med i undersökningen!

Jag som intervjuar dig läser magisterprogrammet i strategisk information och kommunikation vid högskolan i Borås. Jag är intresserad av informationshantering och vill lära mig mer om hur du söker intern information på [Företaget AB Sverige]. Med intern information menar jag sådan information som endast riktar sig till anställda på [Företaget AB Sverige]. Det handlar alltså inte om information till allmänheten.

Så här går intervjun till

Intervjun tar cirka 30 minuter. Vi genomför intervjun i ett rum där det bara är vi två. Rummet är på [Företaget AB Sverige]. Under intervjun ställer jag frågor till dig och du svarar på dem efter bästa förmåga.

Frivilligt att delta

Det är frivilligt för dig att delta i undersökningen och du har möjlighet att när som helst dra dig ur undersökningen.

Du är anonym

Resultatet av intervjun presenterar jag i en uppsats som är mitt examensarbete. När min lärare har godkänt uppsatsen får du möjlighet att läsa den. I uppsatsen går det inte att se dina personuppgifter. Det betyder att ingen kan se vad just du har svarat.

Kontakta mig gärna

Har du några funderingar om intervjun vill jag gärna att du kontaktar mig. Du når mig på 000-0000000. Du kan också kontakta min handledare på [Företaget AB Sverige], kommunikatör Förnamn Efternamn. Du når honom på 000-0000000.

Jag ser fram mot att intervjua dig!

Med vänlig hälsning

Daniella Norrgård

Student vid magisterprogrammet i strategisk information och kommunikation vid högskolan i Borås

9.3. Intervjuunderlag

Intervjuunderlag, uppsats SIK 2016

Allmän information

- Magisterprogrammet SIK vid Borås
- Frivilligt, anonym
- 30 minuter
- Du får läsa uppsatsen när den är klar
- Jag ställer frågor, du berättar fritt
- Jag vill gärna spela in, går det bra?

Bakgrundsfrågor

- Hur länge har du arbetat på Företaget AB Sverige?
- Hur gammal är du?
- Vilken enhet/funktion/skiftlag tillhör du?
- Vilken är din högsta utbildning?

Intranätet

- *Isbrytare:* Berätta om när du använde intranätet senast...
- Hur ofta använder du intranätet?
- När/vid vilka tillfällen använder du intranätet?
- Hur lång tid brukar du lägga på intranätet?
- När du är på intranätet, vad gör du då?
 - Vilken information läser du/brukar du läsa på intranätet?
- Vad betyder det för dig att ha tillgång till intranätet? (hur viktigt är det)
- Hur skulle det vara för dig om du inte hade tillgång till intranätet?

Andra informationskanaler

- Vilka andra kanaler får du information via?
- Vilka (andra) kanaler skulle du vilja få information via?
 - Hur kommer det sig att du vill ha information via just dessa kanaler?
- (Om respondenten uppger sig få olika information i olika kanaler)
Vad tänker du om att du får olika information i olika kanaler?

Engagemang

Definition: en vilja hos medarbetaren att fokusera på och investera stor energi i arbetsuppgiften, bidra till att det går bra för organisationen, ställa upp på gemensamma mål eller att identifiera sig själv med arbetet och organisationen

- Utifrån den här definitionen, hur engagerad tycker du att du är i Företaget AB Sverige?
- Hur tänker du att intern information och engagemang hänger ihop?
- Hur tror du att tillgången till intranätet hänger ihop med ditt engagemang i Företaget AB Sverige?
- Vill du lägga till något?

Tack för att du var med!

9.4. Tabell: information respondenterna söker efter

Vad brukar du läsa/söka efter?	Antal respondenter
Nyheter på förstasidan, t.ex. sälj har fått in en ny kund, vi utvecklar en ny produkt, vi har ny VD	IIII
Fliken för lokala nyheter, t.ex. vattenproblem, strömavbrott	IIII
Lediga tjänster, någon som slutar, börjar, bytt tjänst, nyanställda	III
Matsalen, t.ex. meny, renovering, väg dit	III
Förmåner t.ex. smakprover, familjerabatt på Astrid Lindgrens värld	III
Bloggen	II
Öppettider t.ex. förrådet	I
Länk till Puffen	II
Länk till dokumentbank	I
Länk till IT	I
Länk till mallar	I
Länk till ProMark-portalen	I
Länk till Qdoc	I
Länk till team-/projekt-bank	I
(Diskussionsforumet*)	(II)

*Diskussionsforumet har tidigare funnits på intranätet men finns inte längre kvar

På intranätet brukar respondenterna främst läsa nyheterna på förstasidan samt lokala nyheter.

9.5. Tabell: informationskanaler som respondenterna använder utöver intranätet

Muntliga informationskanaler	Antal respondenter	Skriftliga informationskanaler (utöver intranätet)	Antal respondenter
APT	IIII	Informationstavlor i produktionen	IIII
"Djungeltrumman" (även: "rykten", "mun till mun", "face to face"/"spontana möten")*	IIII	Mejl	III
Skiftbytesmöten*	III	Anslag på in- och utpasseringsdörr	I
Stormöten/road shows	III	Lappar som någon skrivit ut*	I
Tavelmöten	III		
Fackliga möten	II		
Planeringsmöte	II		
8-möte	I		
9-möte	I		
Projektmöte	I		
Telefon	II		
Samtal med chef	I		
Samtal med projektansvariga	I		
Min [nära anhörig]*	I		

*Informell kommunikation utgörs av de kommunikativa aktiviteter som sker mellan medarbetarna utöver den formella och kan utgöras av spontana gruppmöten, berättelser och rykten. Formell kommunikation innebär kommunikativa aktiviteter som företagets ledning initierar samt förutsätter blir utförda och utgörs av producerad information såsom möten, informationsmaterial och intranät. (Larsson, 20008, s.80).

Respondenterna använder totalt 18 informationskanaler utöver intranätet. Av dessa är 14 muntliga och 4 skriftliga. Utifrån Larssons (2008) definition av formell respektive informell kommunikation kan 4 av kanalerna påstås vara informella. I tabellen framgår att en av dessa kanaler är "djungeltrumman" som respondenterna även benämner "rykten", "mun till mun" och "face to face". De övriga informella kanalerna är skiftbytesmöten, en respondents nära anhörig samt "lappar som någon skrivit ut".