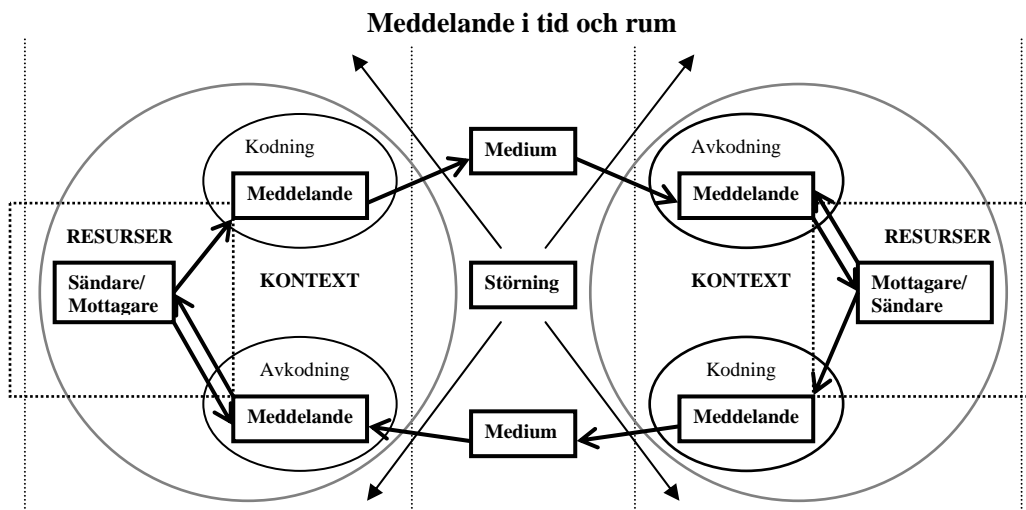




EKONOMI  
HÖGSKOLAN  
Lunds universitet

Institutionen för Informatik  
INF003

## Utformning och evaluering av kommunikationsmodell för analys av e-postbaserad kommunikation



Kandidatuppsats, 10 poäng, inom Systemvetenskapliga programmet

Framlagd: Januari 2006  
Författare: Magnus Nilsson  
Johan Magnusson

Handledare: Kjell-Åke Holmberg

LUNDS UNIVERSITET  
Institutionen för informatik

## **Utformning och evaluering av kommunikationsmodell för analys av e-postbaserad kommunikation**

© Johan Magnusson  
Magnus Nilsson

Kandidatuppsats framlagd januari, 2006  
Omfång: 54 sidor  
Handledare: Kjell-Åke Holmberg

### Resumé

I denna designstudie överges dagens syn på e-postmedierad kommunikation som en linjär process. Bilden som linjära modeller ger av verkligheten är alldeles för generaliserad. Kommunikationsmodeller idag bortser från eller lägger minimal vikt på aspekter som är av betydande roll för hela kommunikationsprocessen. Syftet med denna designstudie är att utforma och evaluera en kommunikationsmodell som ska ligga till grund för analysering av e-postkommunikation. Modellen bygger på existerande teorier från kommunikationsvetenskapen och har modifierats med fenomen och aspekter som gör att den på ett realistiskt sätt speglar en verklig kommunikationsprocess. Utvärdering av modell har genomförts på ett fallföretag i form av en workshop. Resultatet av denna studie har renderat i en kommunikationsmodell som utgör ett hållbart verktyg för analysering av e-postmedierad kommunikation.

### Nyckelord

E-post, Kommunikation, Information

# Innehållsförteckning

1 INLEDNING.....	6
1.1 BAKGRUND .....	6
1.2 VAL AV ÄMNE .....	6
1.3 SYFTE.....	6
1.4 FRÅGESTÄLLNING .....	6
1.5 AVGRÄNSNING .....	7
1.6 GRUNDLÄGGANDE BEGREPP.....	7
1.6.1 Kommunikation.....	7
1.6.2 Information.....	7
2 METOD .....	9
2.1 ANGREPPSSÄTT .....	9
2.2 KVANTITATIV ELLER KVALITATIV FORSKNINGSMETOD.....	9
2.3 ARBETSPROCESSEN .....	10
2.3.1 Disposition.....	10
2.3.2 Val av tillvägagångssätt .....	10
2.3.3 Tillvägagångssätt .....	11
2.3.4 Datainsamling .....	11
2.3.5 Litteraturstudie.....	11
2.3.6 Genomförande av workshop.....	11
2.4 KÄLLKRITIK .....	12
3 KOMMUNIKATIONSTEORI .....	13
3.1 ORGANISATIONSKOMMUNIKATION.....	13
3.1.1 Forskningsfältet organisationskommunikation.....	13
3.2 INTERNKOMMUNIKATION .....	15
3.2.1 Internkommunikationens funktioner .....	15
3.2.2 Formell kommunikation.....	16
3.2.3 Informell kommunikation.....	16
3.3 KOMMUNIKATIONSPROCESSEN.....	16
3.4 SHANNON & WEAVER .....	17
3.4.1 Sändare.....	17
3.4.2 Budskap/Meddelande.....	17
3.4.3 Medium.....	18
3.4.4 Mottagare .....	18
3.4.5 Brus .....	18
3.4.6 Tillämpning av modellen .....	18
3.5 GERBNER .....	19
3.5.1 Tillämpning av modellen .....	20
3.6 SEMIOTISKA SKOLAN.....	20
3.7 CHARLES SANDERS PEIRCE – TRIANGULÄR BETYDELSE MODELL .....	21
3.8 FERDINAND DE SAUSSURE.....	21
3.9 OSGOOD/SCHRAMM .....	22
3.9.1 Tillämpning av modellen .....	23
3.10 KULTUR .....	23
Figur 8 Hofstedes tre utvecklings nivåer.....	24
3.11 FÖRETAGSKULTUR .....	24
Figur 9 Företagskulturens olika nivåer.....	25
3.12 ELEKTRONISK POST .....	25
3.12.1 Egenskaper – Elektroniska post mediet.....	25
3.13 MODELL .....	26
3.13.1 Vad är en modell?.....	26
3.13.2 Modell typer.....	26
3.13.3 Kriterier för en modell.....	27
3.13.4 Kunskap genom modeller .....	27
3.13.5 Lära sig om modellen .....	27

3.13.6 Omvandla kunskap om modellen till kunskap om fenomenet.....	28
3.14 SAMMANFATTNING .....	28
4 KOMMUNIKATIONSMODELLEN .....	30
4.1 MOTIVERING AV MODELL.....	30
4.2 VÅR KOMMUNIKATIONSMODELL.....	31
4.2.1 Sändare/Mottagare.....	32
4.2.2 Medium.....	32
4.2.3 Meddelande i tid och rum.....	32
4.2.4 Störning.....	32
4.2.5 Resurser.....	33
4.2.6 Kontext.....	33
4.2.7 Meddelande .....	33
4.2.8 Kodning .....	33
4.2.9 Avkodning.....	33
5 UTVÄRDERINGSMETOD .....	35
5.1 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT .....	35
5.1.1 Utvärderingsguide.....	35
5.1.2 Workshop.....	35
5.2 UTVÄRDERINGSGUIDE.....	36
5.2.1 Steg 1 - Presentation av kommunikationsmodell.....	36
5.2.2 Steg 2 - Intressentanalys.....	37
5.3 VAL AV FÖRETAG .....	37
5.3.1 Företagsbeskrivning.....	38
5.4 VALIDITET OCH RELIABILITET .....	38
5.4.1 Validitet .....	38
5.4.2 Reliabilitet .....	39
5.5 TROVÄRDIGHET I STUDIEN .....	39
5.6 WORKSHOP – RESULTAT .....	40
5.6.1 Internkommunikation.....	40
5.6.2 Sändare/Mottagare.....	40
5.6.3 Meddelande .....	40
5.6.4 Resurser.....	41
5.6.5 Kontext.....	41
5.6.6 Störning .....	41
5.6.7 Kodning/Avkodning .....	41
5.6.8 Medium.....	42
5.6.9 Meddelande i tid och rum.....	42
5.6.10 Intryck av modellen som helhet .....	42
6 ANALYS & DISKUSSION.....	44
6.1 ANGREPPSSÄTT .....	44
6.1.1 Sändare/Mottagare.....	44
6.1.2 Resurser.....	44
6.1.3 Kontext.....	45
6.1.4 Meddelande .....	45
6.1.5 Kodning/Avkodning .....	45
6.1.6 Störning .....	45
6.1.7 Medium.....	46
6.1.8 Meddelande i tid och rum.....	46
6.1.9 Det cirkulära synsättet - helheten.....	46
7 SLUTSATS.....	48
7.1 KOMMUNIKATIONSMODELLEN .....	48
7.1.1 Sändare/Mottagare.....	48
7.1.2 Resurser.....	49
7.1.3 Kontext.....	49
7.1.4 Kodning .....	49

7.1.5 Meddelande .....	49
7.1.6 Medium.....	49
7.1.7 Störning .....	49
7.1.8 Avkodning.....	50
7.1.9 Meddelande i tid och rum.....	50
7.1.10 Det cirkulära synsättet – helheten .....	50
BILAGA 1 – RESULTAT AV WORKSHOPEN.....	51
<i>Kontext</i> .....	52
<i>Störningar</i> .....	52
<i>Medium</i> .....	53
REFERENSER .....	54

## Figurförteckning

<i>Figur 1 Metod</i> .....	10
<i>Figur 2 Shannon &amp; Weaver (1949)</i> .....	17
<i>Figur 3 Gerbners modell (1956)</i> .....	19
<i>Figur 4 Huvudområden inom semiotik</i> .....	20
<i>Figur 5 Peirces triangulära betydelsemodell</i> .....	21
<i>Figur 6 Saussure betydelsemodell</i> .....	22
<i>Figur 7 Osgood/Schramm (1954)</i> .....	22
<i>Figur 8 Hofstedes tre utvecklings nivåer</i> .....	24
<i>Figur 9 Företagskulturens olika nivåer</i> .....	25
<i>Figur 10 Vår kommunikationsmodell</i> .....	31
<i>Figur 11 Kommunikationsmodellen</i> .....	48

# 1 Inledning

*Det inledande kapitlet avser att ge en överblick om avsikten med studien. I det presenteras en bakgrund, följt av syfte, för studien, val av ämne och en redogörelse av frågeställning. Fortsatt presenteras avgränsningar och definitioner av begreppen kommunikation och information som är grundläggande i uppsatsen.*

## 1.1 Bakgrund

Enligt vår mening är dagens syn på e-post kommunikation som en linjär process alldeles för förenklad. Kommunikationsmodellerna idag bortser från eller lägger minimal vikt på aspekter vilka enligt oss är viktiga och har stor betydelse för hela kommunikationsprocessen. Vår uppfattning är att dessa aspekter såsom omgivning, sammanhang och erfarenheter påverkar de beslut man gör på ett eller annat sätt. E-post kommunikation är inte linjär utan utbytet av information är styrd av det rumsliga och tidsliga. I denna studie kommer vi att sammanställa teorier och modeller från fler områden för att utveckla och utvärdera en kommunikationsmodell som är anpassad för elektronisk kommunikation enligt vår syn på e-post. För att utvärdera modellens trovärdighet kommer vi att tillämpa den i ett verkligt sammanhang. Fokuseringen kommer att ligga på e-post och olika mänskliga och tekniska aspekter som påverkar kommunikationen.

## 1.2 Val av ämne

Valet av ämne till uppsatsen kom vi fram till efter en diskussion kring våra intresseområden. Under diskussionen insåg vi ganska snabbt att båda var intresserade av kommunikationsvetenskap och ville fördjupa våra kunskaper inom ämnet. Kommunikationsvetenskap och informatik är två ämnen som ligger relativt nära varandra, därför kändes det naturligt att göra en studie inom detta. Eftersom vi har läst ungefär lika mycket inom de två ämnena, låg vi på en gemensam kunskapsbas redan från början. Många studier har gjorts inom kommunikationsvetenskap, hur kommunikationsprocessen ser ut och tar form i olika sammanhang. Det vi är intresserade av att göra är en studie där man analyserar kommunikationsprocessen i ett sammanhang som inte tagits upp särskilt mycket tidigare, nämligen att granska hur kommunikationen ser ut via e-post. Vilket gör att studien blir intressant och tillämpbar inom informatik.

## 1.3 Syfte

Avsikten med studien är att utforma och evaluera en kommunikationsmodell som ska ligga till grund för analysering av e-post kommunikation.

## 1.4 Frågeställning

Hur ska en kommunikationsmodell vara utformad för att kunna tillämpas som ett analyseringsverktyg på e-post kommunikation?

## 1.5 Avgränsning

Under denna studie kommer vi endast att behandla e-postmedierad kommunikation. Detta innebär att all övrig kommunikation som sker genom andra medier inte kommer att läggas någon kraft på. Vidare kommer vi enbart att utvärdera kommunikationsmodellen på ett företag. Inriktningen på utvärderingen kommer att ligga på företagets internkommunikation, all kommunikation som sker externt i företaget behandlas ej.

## 1.6 Grundläggande begrepp

### 1.6.1 Kommunikation

Begreppet kommunikation har sitt ursprung från latinets *communicatio* (ömsesidigt utbyte) och kan definieras på en mängd sätt. Nationalencyklopedins återger två definitioner där kommunikation innefattar all överföring av information mellan människor, djur och apparater<sup>1</sup>, men även överföring av intellektuellt innehåll med hjälp av viss typ av förbindelse. Den amerikanske författaren Goldhabers bild av kommunikation innebär skapandet och utväxlingen av meddelande<sup>2</sup>. I denna studie avser vi begreppet kommunikation att stå för skapandet och utbytandet av information. Vi ser kommunikation som ett sätt att uttrycka sig, förmedla en betydelse eller bara göra sig uppmärksam. Den mänskliga kommunikationen är ett beteende som kan ta sig uttryck i många former, gemensam nämnare för alla former är den dynamik och ständigt pågående process som den utgör. Människan är ideligen inblandad i kommunikation med olika saker, individer, bilder och inte minst sig själva, både medvetet och omedvetet.

### 1.6.2 Information

Nationalencyklopedin definierar information som en ”generell beteckning för det meningsfulla innehåll som överförs vid kommunikation i olika former”<sup>3</sup>. Information kan vara eller uppfattas som en viss mängd fakta, upplysningar eller underrättelser som förmedlas i meddelanden. Utifrån ett användarperspektiv kan också begreppet information uppstå först när meddelande tolkats av mottagaren<sup>4</sup>. Buckland menar, att begreppet information kan definieras på flera sätt. För kunna angripa begreppet delar han in det i tre syften. Det första han urskiljer är information som en process där målet är att bli informerad. I processen ingår även resultatet av att bli informerad, själva förändringen som informationen medför. För det andra ser han information som en kunskap. Detta är följd av ovanstående process vilket uppstår vid informerandet. Informationen mottagaren tar emot medför en förändring av vad han vet sen tidigare. Det tredje syftet är information som sak. Med detta avser han objekt som data och texter vilka kan vara informativa - med andra ord dokumenterade kunskaper. Buckland menar att sådana fysiska objekt är potentiella informativa objekt eftersom de inte kan informera någon som inte tar del av dem<sup>5</sup>. Med begreppet information i denna studie avser vi ett sammansatt arrangemang av tecken som bildar en betydelse. Vi anser att

---

<sup>1</sup> Sten Henriksson. *Information*. [http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i\\_art\\_id=211471&i\\_word=information](http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=211471&i_word=information) , 2005-11-10

<sup>2</sup> Gerald, Goldhaber, *Organizational Communication* (Dubuque Iowa, Brown and Benchmach, 1993)

<sup>3</sup> Sten Henriksson. *Information*. [http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i\\_art\\_id=211471&i\\_word=information](http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=211471&i_word=information) , 2005-11-10

<sup>4</sup> Ibid

<sup>5</sup> Michael, Buckland. *Information and information systems* (Westport, CT: Praeger, 1991)

information kan bestå av eller uppfattas som de tankar, budskap, fakta, känslor, åsikter, värderingar, data, siffror, tecken eller symboler som skapas och överförs vid kommunikation.



## 2 Metod

*Följande kapitel diskuterar det tillvägagångssätt som använts för denna studie. Inledningsvis presenteras arbetssättet på övergripande nivå varefter olika aspekter på informationsinsamling diskuteras. Avslutningsvis diskuteras källkritik.*

### 2.1 Angreppssätt

Enligt Wallén finns det i huvudsak två metodansatser som berör relationerna mellan teori och empiri: *den induktiva och den hypotetisk-deduktiva metoden*.<sup>6</sup>

En forskare som arbetar efter den *induktiva metoden* studerar forskningsobjektet, utan att först ha förankrat undersökningen i en tidigare vedertagen teori, och utifrån den insamlade informationen, empirin, formulera en teori.<sup>7</sup> Följer man den här arbetsmetoden ska forskaren upptäcka företeelser i en viss situation inom ett specifikt område som sedan ska formuleras i en generell teori. Patel & Davidsson menar att det är näst intill omöjligt att göra detta objektivt, forskarens egna idéer och föreställningar kommer att färga de teorier som ska produceras. En annan sak som metoden kritiserats för är att, om forskaren inte har någon teoretisk grund att stå på är det lätt att sväva ut och resultatet blir en alldeles för otydlig teori.

Den andra forskningsmetoden är det lättare för forskaren att hålla sig objektiv i sitt förfarande. Ett deduktivt arbetssätt kännetecknas av att man utifrån allmänna principer och befintliga teorier drar slutsatser om enskilda företeelser. Ur dessa teorier dras sedan hypoteser som tillämpas på bestämda situationer. Detta kallas för det *hypotetisk-deduktiva* arbetssättet. Den här metoden bestämmer vilken information som ska samlas in och hur den ska tolkas efter en redan befintlig teori. Utifrån den teorin härleds hypoteser som sedan prövas på en viss situation och slutligen hur man ska redogöra de empiriska resultaten till den befintliga teorin. På grund av att forskaren håller sig till en redan befintlig teori är det därmed lättare att hålla sig objektiv. Det negativa med att utgå från bestämda teorier kan vara att forskaren förblindas av detta och inte upptäcker saker som kan vara intressanta då hypoteserna prövas.<sup>8</sup>

### 2.2 Kvantitativ eller kvalitativ forskningsmetod

Kvantitativ eller kvalitativ forskning syftar på hur man väljer att generera, bearbeta och analysera den information man har samlat in.<sup>9</sup> De kvantitativa metoderna skapar aggregerad kunskap utifrån individuella svarsfrekvenser, medan de kvalitativa skapar sociologiska data utifrån sociala samspel och interaktionsprocesser.<sup>10</sup> Undersöker man ett numeriskt material och vill få fram statistiska resultat så passar den kvantitativa metoden mycket bra. Om frågeställningen gäller hur ofta, hur många eller hur vanligt så skall man göra en kvantitativ studie. Vill man istället göra mjuka analyser av den insamlade informationen, och förstå hur människor tänker och agerar i olika situationer så är det ett kvalitativt arbetssätt som står till utgångspunkt för studien. Om frågeställningen avser att begripa hur människor tänker eller att hitta olika mönster så skall man göra en kvalitativ studie.<sup>11</sup>

<sup>6</sup> Göran Wallén, *Vetenskapsteori och forskningsmetodik* (Lund: Studentlitteratur, 1993), 44

<sup>7</sup> Patel & Davidsson, *Forskningsmetodikens grunder* (Lund: Studentlitteratur, 2003)

<sup>8</sup> Ibid

<sup>9</sup> Ibid

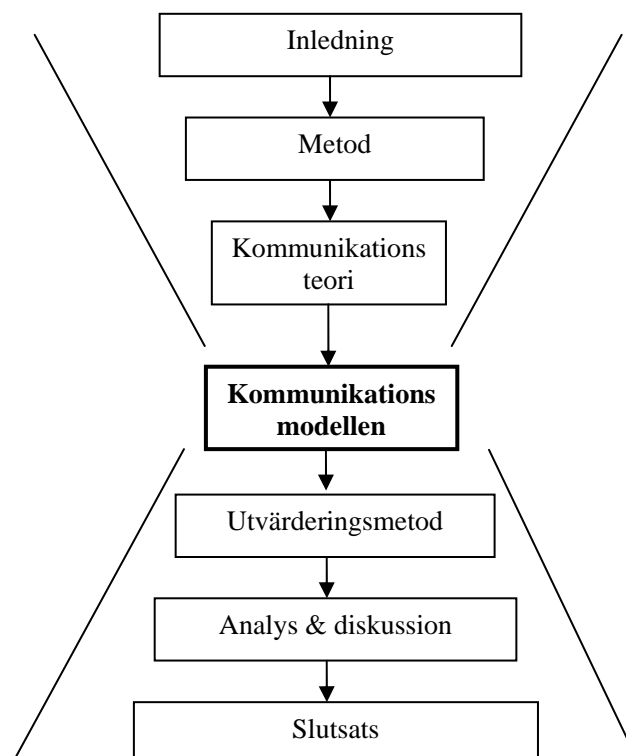
<sup>10</sup> Conny Svenning, *Metodboken*, 2:a upplagan (Lorentz förlag, 1996), 81

<sup>11</sup> Jan Trost, *Kvalitativa intervjuer* (Lund: Studentlitteratur, 1997)

## 2.3 Arbetsprocessen

### 2.3.1 Disposition

Nedan följer en dispositionsmodell som illustrerar vårt tillvägagångssätt från det inledande kapitlet till det slutgiltiga resultatet. Uppsatsen börjar med en inledning där bakgrund, frågeställning och avgränsningar presenteras. Det utgör kapitel 1. Detta följs av kapitel 2, Metod, beskriver vi vårt angreppssätt igenom hela studien. Vidare i kapitel 3 tar vi upp vilka kommunikationsteorier vi valt att behandla i uppsatsen. Kapitlet avslutas med en sammanfattning av behandlade teorier. I kapitel 4 presenterar vi modellen ingående tillsammans med dess entiteter. Kapitel 5, Utvärderingsmetod, innehåller en utvärderingsguide, genomförandet av workshopen, motivering av företag, företagsbeskrivning samt ett resultat av workshopen. Vidare följer Analys och diskussion vilket utgör kapitel 6 där vi analyserar kommunikationsmodellen. Avslutningsvis i kapitel 7 Slutsats, presenterar vi huvuddragen av det vi kommit fram till.



Figur 1 Metod

### 2.3.2 Val av tillvägagångssätt

Efter diskussioner kring ämnesval bestämde vi oss för att studera kommunikationsvetenskap och informatik och att inrikta oss på kommunikationsprocessen, med Shannon & Weavers modell som grund. Därmed hade vi vår grundteori att utgå ifrån. Vår utgångspunkt vid utformningen av studien blev således att följa den *hypotetisk-deduktiva* metoden. Metoden innebär att man redan har en befintlig teori som man härleder hypoteser utifrån, för att sedan pröva de på en specifik situation. Eftersom man blir aningen begränsad av att utgå ifrån en

redan befintlig teori kan detta vara negativt då man utvecklar sina hypoteser, samtidigt är det lättare att hålla sig objektiv då man arbetar med utgångspunkt från en förekommande teori.<sup>12</sup> Då en grundlig informationssamling och bearbetning krävdes innan vi gick vidare med den empiriska datainsamlingen, passade denna arbetsmetod oss bäst.

### 2.3.3 Tillvägagångssätt

Arbetsprocessen började med att samla in väsentlig litteratur inom de olika områdena. När vi behandlat de teorier som ansågs vara relevanta för vår rapport avslutades den genom en sammanställning av litteraturen. Dessa teorier gav oss en relevant referensram för skapandet av vår kommunikationsmodell. Vi fortsatte med att undersöka de antaganden som vi kommit fram till genom vår kommunikationsmodell och granska hållbarheten. För att göra detta genomfördes en workshop på Icopal i Malmö. Till modellen utvecklades en kort utvärderingsguide, som en hjälp för hur granskningen av kommunikationsmodellen kan gå till. Under workshopen presenterades modellen och deltagarna fick sätta sig in i den med hjälp av utvärderingsguiden. Deltagarna fick på så sätt ge sin uppfattning av modellen.

### 2.3.4 Datainsamling

Metoden för att samla in information till uppsatsen bestod av två delar. Den första delen gick ut på att samla in information som stämde in på de utvalda teorier som vi valt att studera. Den andra delen av uppsatsen, den empiriska datainsamlingen gick ut på att pröva hållbarheten i vår egenutvecklade kommunikationsmodell på Icopal.

### 2.3.5 Litteraturstudie

För att hitta relevant information kring vårt ämnesval, läste vi igenom gamla uppsatser som berörde vårt ämne som är kommunikation och informatik. Detta gav oss inspiration till litteratur och intressanta synvinklar, samt att det kan vara bra att skaffa sig kunskap om vad som har studerats tidigare inom forskningsområdet. Därefter samlade vi på oss all den litteratur vi kunde komma över och började läsa. Böckerna och artiklarna hittade vi genom att söka i universitetets litteraturlösningsdatabas. De böcker vi samlat in kompletterade vi med informationssökningar via Internet, för att vi skulle hålla oss så uppdaterade som möjligt inom ämnet.

### 2.3.6 Genomförande av workshop

När utvecklingen av kommunikationsmodellen och den tillhörande metoden var godkänd av vår handledare, ville vi tillämpa den på ett företag som vi ansåg passa för studien. Efter diskussioner kring företag kom vi fram till att Icopal i Malmö passade bra, då en av oss har kontakter inom företaget. Eftersom vi ville testa modellen på ett konkret sätt anordnade vi en workshop med ett antal anställda som sysslar med datakommunikation och administration. Då vi ville snarare utvärdera *hur* kommunikationsmodellen fungerar än *varför*<sup>13</sup>, valde vi att göra en kvalitativ undersökning. Vi diskuterade om vi skulle göra enskilda djupintervjuer med varje person som vi hade kontaktat. Detta skulle ge oss en bra bild hur varje persons dagliga e-post användning ser ut genom vår modell. Djupintervjuer går ut på att man intervjuar ett fåtal personer kring vissa givna punkter eller teman.<sup>14</sup> Syftet med att gå ut på ett företag och

<sup>12</sup>Patel & Davidsson, *Forskningsmetodikens grunder* (Lund: Studentlitteratur, 2003)

<sup>13</sup> Jan Trost, *Kvalitativa intervjuer* (Lund: Studentlitteratur, 1997)

<sup>14</sup> Conny Svenning, *Metodboken* (Lorentz förlag, 1997)

tillämpa vår modell var att diskutera dess design och funktionalitet, för att få igång en diskussion kring detta tyckte vi att en workshop passade bäst. Vi valde att göra detta framför intervjuer eftersom vi ville sätta modellen i sin verklighet tillsammans med människor som dagligen använder e-post. Skulle vi ha gjort detta genom ett enskilt frågeformulär liknande enkät, skulle vi ha utelämnat den viktigaste biten, som var att diskutera tillsammans. Vi anser att genom en workshop där deltagarna kan diskutera och ställa snabba frågor är det bästa sättet för att få en uttömmande utvärdering av vår modell.

Workshopen genomfördes i ett kontorsrum där vi kunde diskutera utan att bli störda. Vi började med att presentera modellen i sin helhet, därefter mer ingående beskriva modellens alla olika delar och funktioner, detta utgjorde första delen av vår utvärderingsmetod. Den andra delen lät vi respondenterna själva sätta sig in i modellen och tillämpa sin dagliga e-post användning. Detta kunde de lätt göra genom att följa utvärderingsguiden som innehöll frågor som de svarade på och skrev ned, på så sätt var det enkelt att ta sig igenom modellen. Vi bad de att skriva ned svaren till frågorna för att vi skulle kunna sammanföra de i ett dokument efter workshopen. Efteråt diskuterade vi igenom kommunikationsmodellen tillsammans, och samtliga deltagare fick lägga in sina åsikter och synpunkter kring modellen. Detta gav oss en bra förståelse för hur modellen fungerar i sin verklighet, samt vad som fungerade bra eller mindre bra.

## **2.4 Källkritik**

För att studien ska vara pålitlig och giltig är det betydelsefullt att man kritiskt granskar det insamlade materialet. Det är viktigt att man undersöker vem som har skrivit informationen och varför de har gjort det. När det har funnits möjlighet har flera oberoende personer tagit del av det insamlade materialet, på det sätt ger det en bredare syn på de olika delarna. Studien behandlar källor som kan uppfattas som uråldriga då många av de är framtagna på 60 och 70 talet. Från den tiden fram till idag har det inte gjorts några markanta framsteg inom dessa områden, det har inte funnits något behov av det eftersom de håller en så pass hög klass, med det argumentet är de hållbara än idag.

Vidare vad som är viktigt är att granska de skrivna texterna, att källorna har använts på rätt sätt och att de inte är förvridna. Det har säkerställts genom att ta hjälp av personer som är insatta i ämnet.

## 3 Kommunikationsteori

*I detta kapitel sker en genomgång av de, för studien, relevanta teorier inom kommunikation, kultur, e-post och modellering som ska ligga till grund för skapandet av modellen. Avsnitten behandlar olika ämnen som alla på något sätt är kopplade till varandra. Sist i kapitlet presenteras en sammanfattning av de olika teorierna samt en motivering till varför de finns med.*

### 3.1 Organisationskommunikation

Organisationskommunikation är med dagens ögon sätt ett sammansatt fenomen som innefattar flera områden. Det tvistas mellan olika forskare och författare om vad som egentligen ingår i ämnet organisationskommunikation, ifall det omfattar både intern och extern kommunikation. Om både den formella samt den informella kommunikationen ska inkluderas.

Organisationskommunikation är, enligt Heide, ett fält där forskarna i första hand fokuserar på kommunikationsprocesser, alltså såväl planerade (formella) som spontana (informella).<sup>15</sup> Men detta fenomen kan enligt Larsson definieras på en mängd sätt beroende på om man vill betona processen, strukturen eller kulturen. För att skapa sig en bättre bild av organisationskommunikation är det enligt Goldhaber upp till en själv att välja definition och betydelse.<sup>16</sup> Vi har nedan sammanställt enligt Larsson tre olika definitioner med betoning på process, struktur och kultur:<sup>17</sup>

Organisationskommunikation är processen att skapa och utbyta meddelanden inom ett nätverk av ömsesidigt beroende relationer för att hantera osäkerhet i sina miljöer<sup>18</sup>.

Organisationskommunikation är den kollektiva, och växelverkande processen av utveckling och tolkning av meddelanden<sup>19</sup>.

Organisationskommunikation kan definieras som uppvisandet och tolkningen av meddelanden ibland kommunikationsenheter som utgör en specifik del av en särskild organisation<sup>20</sup>.

Oavsett definition så är inte organisationskommunikation något som existerar bara för sin egen skull utan har även ett ändamål. Syftet är inte enbart att överföra information inom organisationen, samordna aktiviteter, öka motivationen utan även att minska osäkerheten bland medlemmarna. Osäkerheten definieras Goldhaber som skillnaden mellan tillgänglig information och behövd information. Han menar att det är en kritisk faktor att minska osäkerheten för att organisationen ska kunna överleva.

#### 3.1.1 Forskningsfältet organisationskommunikation

Inom organisationskommunikation förekommer det flera olika forskningsfält. En del forskare anser att det finns tre inriktningar medan andra fyra, fem. Forskningen går framåt och det

---

<sup>15</sup> Mats Heide, *Intranät: en ny arena för kommunikation och lärande* (Lund: Sociologiska institutionen, Lunds universitet, 2002), 23

<sup>16</sup> Gerald Goldhaber, *Organizational Communication* (Dubuque Iowa, Brown and Benchmark, 1993),

<sup>17</sup> Larsåke Larsson, *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, (Lund: Studentlitteratur, 1997)

<sup>18</sup> Gerald Goldhaber, *Organizational Communication* (Dubuque Iowa, Brown and Benchmark, 1993), 14

<sup>19</sup> Chynthia Stohl & Charles Redding, *Messages and Messages Exchange Process* (Norwood NJ: Ablex, 1988)

<sup>20</sup> Wayne R. Pace & Don Falues, *Organizational Communication* (Engelwood Cliffs NJ: Prentice Hall, 1994)

tillkommer flera med tidens gång. Vi har valt att utgå från de tre traditioner som vi anser utgör grunden för organisationskommunikativ forskning. Den första är den modernistiska eller som Putnam benämner ”det funktionalistiska” perspektivet. De två andra perspektiven som framkom under början av 1980-talet har sitt ursprung från eller genom den funktionalistiska traditionen och benämns som det tolkande samt det kritiska perspektivet. Gemensamt för samtliga tre perspektiv är att de betraktar organisationskommunikation som intern kommunikation, men har olika utgångspunkter i synen på organisationen och dess medlemmar och i vad som är syftet med kommunikation i en organisation. De har också olika uppfattningar om vilka metoder som bör användas vid forskning på området.

### **Det funktionalistiska/mekaniska perspektivet**

Den funktionalistiska/mekaniska läran menar enligt Putnam att organisationer ska beaktas som statiska, rationella enheter, där kommunikation ses som en variabel som påverkar både individens som organisationens produktivitet. Man ser meddelanden och kommunikation som en fysisk substans som man benämner i termer av kanal, överföring och brus. Huvudintresset ligger på kommunikationssystemen samt hur man på ett effektivt sätt ska kunna överföra budskap. För att förstå den funktionalistiska teorin bättre anknyts även en metafor till läran, nämligen den maskinistiska<sup>21</sup>. Maskin metaforen beskriver organisationens verksamhet som maskindelar, där fokus ligger på den formella strukturen som ett system slutet från omgivningen med betoning på effektivitet, planering, kontroll<sup>22</sup>. Detta menar Putnam i ett organisationskommunikations sammanhang underförstått understryker att både organisationen och kommunikationen ses som en fysisk substans. Därför argumenterar hon att forskningen är koncentrerad på kommunikationsprocessen och betoningen läggs på formen av kommunikation istället för på betydelsen/meningen av meddelanden.

### **Det tolkande perspektivet**

Bilden av att organisationer var stabila och kontrollerbara enheter där kommunikationsprocessen föregick i en linjär form tilltalade inte alla forskare. Bilden var för enkel, saknade viktiga delar, detta utmynnade i ett nytt forskningsfält, ett tolkande perspektiv där enligt Putnam verkligheten inom organisationen är socialt konstruerad. Människan är mer än ett kugghjul i maskineriet, det är människorna i organisationen som utgör, skapar och utvecklar den sociala verkligheten. Kommunikationen är en process för att konstruera och bevara organisationen. För forskarna ligger huvudintresset i hur individen handlar genom språk, ord, symboler för att skapa denna verklighet. Syftet med forskningen är att frambringa en förståelse för hur individer upplever och tyder situationer samt på vilka sätt individen skapar mening och strukturerar sin omgivning för att klargöra organisationens sociala verklighet<sup>23</sup>.

### **Det kritiska perspektivet**

Det kritiska perspektivet uppkom precis som den tolkande traditionens under 1980-talet och är direkt en utveckling emot den traditionella synen på organisationer. Paralleller kan dras till det tolkande perspektivet där de sociala tankegångarna delas men skillnaden ligger att man i

---

<sup>21</sup> Linda Putnam & Michael E. Pacanowsky, *Communication and Organizations; An Interpretive Approach* (Newbury Park: Sage Publications Inc, 1983)

<sup>22</sup> Gareth Morgan, *Organisationsmetaforer*, Björn Nilsson (Lund: Studentlitteratur, 1999)

<sup>23</sup> Linda Putnam & Michael E. Pacanowsky, *Communication and Organizations; An Interpretive Approach* (Newbury Park: Sage Publications Inc, 1983)

större omfattning lägger tonvikten på makt och kontroll. En viktig utgångspunkt är att olika organisationsmedlemmar har olika möjligheter att kontrollera strukturen av de gemensamma betydelser p g a position, kön, utbildning socialt nätverk etc. En kommunikationsprocess är enligt detta synsätt inte objektiv utan antas skapa och utveckla vissa sociala och politiska strukturer inom organisationen. Men med detta sagt så finns det dock även ett intresse på effektiviteten av kommunikationssystemet, på hur det används och inte enbart på att bara återge sociala och politiska strukturer. Forskarna inom den kritiska traditionen fokuserar inte bara hur kontroll och maktfrågor påverkar den sociala verkligheten utan även på hur den konstruerad samt varför en viss verklighetsbild främjas framför en annan. Huvudmålet är att *avtäcka* det som ses självklart och inte ifrågasätts såsom makt och kontroll<sup>24</sup>.

## 3.2 Internkommunikation

Internkommunikation och externkommunikation sägs utgöra delmängder av organisationskommunikationen. Men var sätts gränsen för intern respektive extern kommunikation? Skillnaderna dem emellan är inte som vattentäta skott som går att definiera på rak arm. Utan istället finns nog mer likheter hos dem än skillnader då tänker vi både inom det ämnes- och kunskapsmässiga området. Så för att bedöma vad som är vad krävs att man bildar en gränslinje mellan organisationen och dess omvärld. Gränsen är svår att dra och man måste betrakta den som flytande för att inte skapa en bild av organisationen som en sluten enhet gentemot omvärlden. Samtidigt måste man ta hänsyn till faktumet att den interna och externa kommunikationen hänger samman och bildar ett beroende där den ena inte kan existera utan den andra. Så att sätta en gräns för vad som är vad är inte helt givet. Strid menar här att kommunikationens *syfte* sätter gränsen för vad som kan bedömas vara intern respektive extern kommunikation<sup>25</sup>. Vi har i denna uppsats försökt att dra denna gräns och valt att fokusera oss på den interna kommunikationen som om den vore fristående från organisationens externa kommunikation.

Genom internkommunikationen på arbetsplatsen skapas förutsättningen för organisationens medlemmar att arbeta tillsammans och att utveckla samarbeten. Det ger medlemmarna möjlighet att tolka den ständiga förändringen av organisationens behov och aktiviteter. En bra internkommunikation gör att alla anställda får en gemensam referensram vilket innebär att det finns en kunskapsplattform, en minsta gemensamma nämnare, varifrån diskussioner som berör organisationen kan starta<sup>26</sup>. Utan en väl fungerande och utvecklad internkommunikation kan inte en organisation existera i längden. Flera forskare har även frambringt slutsatsen att kommunikation är en av de viktigaste komponenterna i en fungerande organisation. Vissa går även så långt att de påstår att organisationer är kommunikation.

### 3.2.1 Internkommunikationens funktioner

Jacobsen och Thorsvik menar att den interna kommunikationen har flera centrala funktioner. Den ska förena människor i sociala system, den ska skapa motivation och den ska forma villkor för styrning och kontroll<sup>27</sup>. Den sociala funktionen är viktig för att bilda gemenskap

---

<sup>24</sup> Sara Dalfelt, Mats Heide & Charlotte Simonsson. *Organisationskommunikation – ett forskningsfält på framväxt* (Lund: Sociologiska institutionen, Lunds universitet, 2001)

<sup>25</sup> Jan Strid, *Internkommunikation inom organisationer, företag och myndigheter* (Lund: Studentlitteratur, 1999), 15.

<sup>26</sup> Inger Larsson. *Kommunikationens villkor*, Karl Erik Rosengren (red) (Lund: Studentlitteratur, 1995), 127

<sup>27</sup> Dag Ingvar Jacobsen och Jan Thorsvik, *Hur moderna organisationer fungerar : introduktion i organisation och ledarskap*, Gunnar Sandin, 2:a upplagan (Lund : Studentlitteratur, 1998)

och team känsla ibland organisationens medlemmar. Samtidigt som den ska fungera som en kanal där varje medlem ska kunna göra sig hörd för och visa att han/hon existerar.

Genom att föra en rak och enkel men informativ internkommunikation i vilket man förklarar vad som ska göras, hur det ska göras, uppnår organisationen att skapa ett djupare deltagande och engagemang hos sina medlemmar. Genom att endast tillåta viss kommunikation eller undanhålla viss information kan internkommunikationen användas som ett maktmedel eller kontrollfunktion.

### 3.2.2 Formell kommunikation

Formell kommunikation beskrivs av Larsson som de aktiviteter som ledningen i en organisation föranstaltar om och som den förutsätter blir utförd.<sup>28</sup> Med andra ord all kommunikation genom de officiella kanalerna mellan de olika organisatoriska positionerna. Oftast inbegriper detta information som ska gå från ledningen till de anställda gällande viktiga händelser och aktiviteter kring organisationen. Detta gör att den formella kommunikationen är mycket beroende av den struktur organisationen har samt hur planerad den är. Vidare bör den formella kommunikationen vara öppen och tidsenlig för att den ska uppfattas som effektiv och trovärdig. Alla viktiga händelser som kan påverka organisationens medlemmar ska inom rimlig tid meddelas innan de uppstår. Den formella kommunikationen kan ta sig i uttryck i många former, via papper, verbalt eller digitalt. Detta innefattar dokument, anslag, möten, diskussioner och e-post.

### 3.2.3 Informell kommunikation

Den informella kommunikationen, menar Larsson, är de interaktioner som medarbetare av olika själ själva skapar bredvid den formella<sup>29</sup>. Den är en del av den sociala relationen som skapas människor emellan och innefattar inte arbetsrelationer eller arbetsaktiviteter. Informell kommunikation är mer som ett komplement till den formella och uppstår då det formella systemet inte fungerar tillfredställande. Vid den informella kommunikationen sker kommunikation i de reglerade kanalerna dels för att det är en nödvändighet för att få sitt arbete utfört dels för att människor har behov av att etablera band, uttrycka känslor, ge omdömen oberoende av regleringen. Den här typen av kommunikation är viktig för att kunna uppnå tillfredställelse samt motivation till sitt arbete. Det har en påverkan på hela organisationens produktivitet och effektivitet<sup>30</sup>.

## 3.3 Kommunikationsprocessen

Det finns många olika sätt att se på kommunikationsprocessen. För att göra det hela lite klarare kan man dela in det i två perspektiv. Den semiotiska skolan, ser kommunikationen som skapande och utbyte av betydelser, där man är intresserad av syftet och meningen med meddelandet. Processkolan som är det andra perspektivet, ser kommunikation som överföring av meddelande mellan olika parter. Den inriktar sig på hur sändare och mottagare kodar och avkodar; hur sändaren använder olika kanaler och medium för kommunikation. Processkolan behandlar frågor som effektivitet och noggrannhet. Kommunikationsprocessen är ett medel för att påverka någon annans beteende och sinnesstämning. Om effekten av meddelandet är

<sup>28</sup> Larsåke Larsson, *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, (Lund: Studentlitteratur, 1997)

<sup>29</sup> Ibid

<sup>30</sup> Ibid

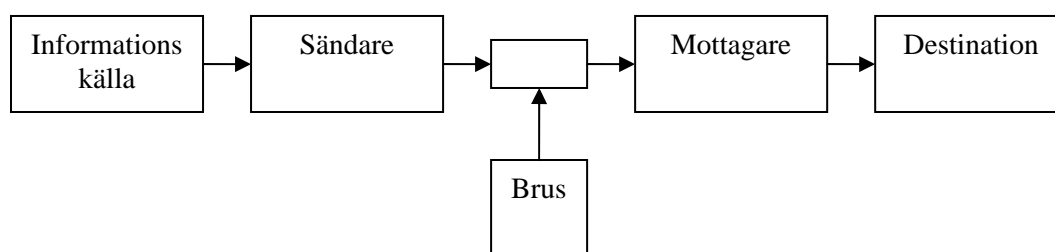


annorlunda eller inte den avsedda ser man det som ett exempel på ”misslyckad kommunikation” och undersöker olika steg i processen för att fastställa var fel uppstod. Processkolan stöder sig på samhällsvetenskapliga ämnen såsom psykologi och sociologi och inriktar sig på kommunikationshandlingar. Inom denna skola ser man ett meddelande som det som överförs av kommunikationsprocessen.<sup>31</sup>

### 3.4 Shannon & Weaver

Modellen i sig visar enkelt hur kommunikationsförloppet från sändare till mottagare går till, detta kommer vi att dra nytta av då den ska ligga till grund för vår modell. Vi anser dock att modellen är alldeles för generell för att man ska kunna applicera den på en viss situation eller process.

Den linjära kommunikationsprocessen kan se väldigt simpel ut. En sändare skickar ett meddelande till en mottagare, där emellan finns någon form av brus.



Figur 2 Shannon & Weaver (1949)<sup>32</sup>

#### 3.4.1 Sändare

Sändaren spelar en central roll i processen, då det är den som skickar meddelandet, vilket är utvalt från en *informationskälla*. Sändaren är den som tar initiativet till ett meddelande. För att kommunikation ska ske, måste meddelandet nå fram till mottagaren. Sändaren har alltid en avsikt eller en viss intention med meddelandet, vilket t ex kan vara att sändaren vill få mottagaren att förstå budskapet i meddelandet. Det är viktigt att mottagaren vet vem som skickar meddelandet för att inte missförstånd ska uppstå.<sup>33</sup>

#### 3.4.2 Budskap/Meddelande

Meddelandet är det innehåll eller budskap som förmedlas från sändaren till mottagaren.<sup>34</sup> Vid muntlig kommunikation kan mottagaren direkt komma med feedback på sändarens meddelande, tvåvägskommunikationen är mer direkt, än vid skriftlig kommunikation. Vid skriftlig kommunikation är det speciellt viktigt att sändaren använder sig av ett tydligt språk då budskapet utformas, eftersom mottagaren inte kan ge någon direkt feedback på meddelandet.

<sup>31</sup> John Fiske, *Kommunikationsteorier – en introduktion*, Lennart Olofsson (Uppsala: Almqvist & Wiksell, 2003)

<sup>32</sup> Jesper Falkheimer, *Medier och kommunikation* (Lund: Studentlitteratur, 2001), 43.

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> Ibid., 37

### 3.4.3 Medium

Ett medium är definitionsmässigt tekniska eller fysiska medel för omvandling av meddelandet till en signal som kan överföras via kanalen.<sup>35</sup>

Inom internkommunikation i organisationer används de skriftliga kanalerna mycket, t ex personaltidningar, faktabroschyrer och rapporter men de elektroniska kanalerna, som intranät och e-post börjar ta över sättet att kommunicera internt.

Vid datormedierad kommunikation överförs meddelandet oftast i skriftlig form via e-post eller snabb meddelanden.<sup>36</sup>

### 3.4.4 Mottagare

När man tänker på mottagaren av ett meddelande, tänker man oftast på en individ, men så är oftast inte fallet. En mottagare kan vara en eller flera personer som har olika behov, detta är något som sändaren måste känna till då meddelandet kodas. Precis som sändaren så påverkas mottagaren av sociala och organisatoriska faktorer från sin omgivning, vilket gör att budskapet kan uppfattas på olika sätt beroende på vilken miljö mottagaren befinner sig i. Detta leder till att mottagningen av meddelandet påverkas vid *destinationen*. Hur meddelandet tas emot och uppfattas avgörs helt och hållet av hur relationen är mellan sändare och mottagare.<sup>37</sup>

### 3.4.5 Brus

Enligt Shannon & Weaver är brus allt som läggs till signalen mellan sändningen och mottagningen och som inte avsetts av källan. Det kan t ex vara att störningar på en teve signal, knaster i radio signalen eller att e-post inte kommer fram på grund av ett nätverks fel. Detta är olika exempel på tekniskt brus, men det finns också brus på andra nivåer. Semantiskt brus är den andra nivån och definieras som all förvrängning av betydelsen som sker i kommunikationsprocessen och som inte är avsedd av källan men påverkar mottagningen av meddelandet vid destinationen.<sup>38</sup> Semantiskt brus kan t ex vara att mottagaren inte förstår sändarens budskap på grund av kulturella skillnader och därmed tolkar informationen i meddelandet på ett icke ämnat sätt. Bruset kan som sagt uppstå av olika företeelser och förvrider då sändarens avsikter med kommunikationen. Det syfte som sändaren en gång hade med kommunikationen skadas och den önskade information som skulle nå fram till mottagaren blir därmed inte fulländad.<sup>39</sup>

### 3.4.6 Tillämpning av modellen

Vid tillämpning av modellen på e-post baserad kommunikation skulle sändaren i den utökade figuren nedan vara en person som skriver ett meddelande, som innehåller ett budskap. Den som sänder meddelandet påverkas av olika faktorer, t ex den omgivning som sändaren befinner sig i eller dess bakgrundsfaktorer. På motsvarande sätt påverkas mottagaren av dessa faktorer, då den tar emot ett meddelande från sändaren. En viktig faktor är kontexten, dvs. det

---

<sup>35</sup> John Fiske, *Kommunikationsteorier – en introduktion*, Lennart Olofsson (Uppsala: Almqvist & Wiksell, 2003), 32.

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid., 20

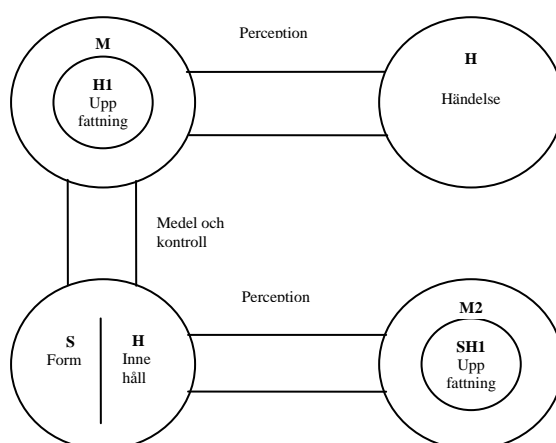
<sup>39</sup> Ibid.

sammanhang som kommunikationsprocessen äger rum i. Medium är i detta fall ett e-post verktyg som sändaren använder för att skicka sitt budskap till mottagaren.

När meddelandet väl är framme hos mottagaren, tolkas det och budskapet gör någon effekt på mottagaren. Vilken effekt budskapet gör på mottagaren kan bero på vilka individuella, sociala och organisatoriska faktorer som spelar in då mottagaren tar emot meddelandet. Dels kan det vara störningar som påverkar signalen att komma fram, så kallat tekniskt brus eller att mottagaren får för många e-post meddelanden, vilket leder till att tolkningsprocessen blir pressad på grund av tidspress. En helt annan synvinkel på störningar i kommunikationen är semantiskt brus som innebär att mottagaren kanske har svårt att förstå e-post meddelandet med anledning av språket eller andra bakgrundsfaktorer. För att tvåvägskommunikation ska uppstå så ska mottagaren svara på sändarens meddelande, han ger då feedback på budskapet.

### 3.5 Gerbner

Gerbners modell som presenterades för första gången 1956, liknar Shannon & Weavers grundmodell då den kan appliceras på många olika situationer. Modellen består av grundelement som kan kombineras i olika former. Man kan använda dess element för att beskriva en process, där mänsklig och mekanisk kommunikation blandas.<sup>40</sup>



Figur 3 Gerbners modell (1956)<sup>41</sup>

Den linjära kommunikationsprocessen som visualiseras i figuren inleds med en händelse H, som uppfattas av M. H1 är den händelse som M har uppfattat. Så långt har det hänt något som har uppfattats av någon, detta är den första perceptiva nivån i processen. Det som inte syns i figuren är att M inte kan uppfatta H:s samtliga avseenden, därför gör M ett urval som resulterar i H1. Det som kan störa perceptionen är t ex någons språk eller handstil. Om händelsen percipieras på ett sätt som inte är det förutfattade på grund av någon störning, så utfaller H1 till en vriden händelse, mot vad som egentligen hänt. Vidare vill M uttala sig om H1 till någon annan deltagare i processen. Detta gör M genom en signal som går igenom en kanal. Figuren framställer detta som SH, där S är formen på meddelandet och H är händelsen, själva innehållet. Meddelandet skickas genom en kanal eller medium som kontrolleras av M.

<sup>40</sup> Sven Windahl & Dennis McQuail, *Kommunikationsmodeller* (Lund:Studentlitteratur, 1978)

<sup>41</sup> John Fiske, *Kommunikationsteorier – en introduktion*, Lennart Olofsson (Uppsala: Almqvist & Wiksell, 2003), 41

Den andra deltagaren i processen M2, uppfattar M:s uttalande om H som SH1. Den uppfattning som M2 har fått av meddelandet är alltså SH1.<sup>42</sup>

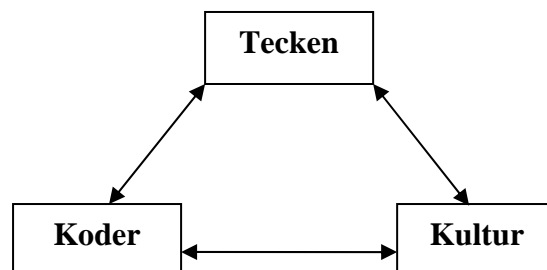
### 3.5.1 Tillämpning av modellen

Gerbner menar att modellens element beskriver en process där mänsklig och mekanisk kommunikation blandas. Vid tillämpning av Gerbners modell är H, ett e-post meddelande som uppfattas av M. H1 är i sin tur det uppfattade e-brevet. H1 kan uppfattas på olika sätt på grund av störningar som sker, som i detta fall kan vara tidspress, språk etc. Det sammanhang som kommunikationen sker under spelar stor roll för M:s perceptionsförmåga. M skickar vidare meddelandet till någon annan person genom ett kommunikationsverktyg. Meddelandet skickas genom en kanal som person 2 (M2) uppfattar som SH1. På samma sätt som M uppfattade H1, uppfattas SH1 av M2.

## 3.6 Semiotiska skolan

Inom semiotiken ser man på kommunikation som ett skapande och utbytande av betydelser. Alltså hur meddelande samverkar med mottagaren för att skapa betydelser - med andra ord texters roll i vår kultur. Man menar att den sociala samverkan vilket kommunikation innefattar är det som utmärker individen som medlem i en kultur eller ett samhälle. Kommunikationsstudier innebär inom denna skola en undersökning av text och kultur<sup>43</sup>. Ett meddelande utgör mer än något som sänds mellan A och B, det är en konstruktion av tecken genom vilket en mottagare via läsning och tolkning förhandlar med texten för att upptäcka betydelsen.

Det centrala på vilket den semiotiska skolan bygger sina grundtankar utifrån är semiotiken eller semiologin. Semiotik definieras som läran om tecknet och dess sätt att fungera. Inom semiotiken studeras framförallt tre huvudområden: (1) **Tecknet** – Här undersöks olika former av tecken. Deras betydelse och hur de står i relation till dem som använder dem. Människan har skapat tecknet och de kan bara förstås i termer av hur människor använder dem. (2) **Koder** – I vilka system tecken organiseras och utvecklats för att möta samhällets krav eller utnyttjandet av de kommunikationskanaler som finns tillgängliga. (3) **Kultur** – Var tecknen används och utav vem de används. Kulturen är beroende av användningen av tecken för att dels ge uttryck samt bevara sin existens.<sup>44</sup>



Figur 4 Huvudområden inom semiotik

<sup>42</sup> Sven Windahl & Dennis McQuail, *Kommunikationsmodeller* (Lund:Studentlitteratur, 1978)

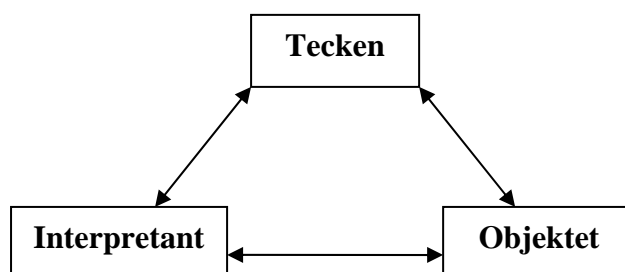
<sup>43</sup> John Fiske, *Kommunikationsteorier – en introduktion*, Lennart Olofsson (Uppsala: Almqvist & Wiksell, 2003)

<sup>44</sup> Ibid

Inom semiotiken benämns mottagaren av ett meddelande som "läsare", detta för att en läsare har en aktivare roll än en mottagare. Detta grundar sig i att läsning är något vi lär oss och är bestämt av våra kulturella erfarenheter. Det är genom erfarenheter, attityder och känslor som läsaren förhandlar, samverkar med texten för att skapa dess betydelse. För att förstå tecknet och dess betydelser kan man till sin hjälp använda sig av betydelsemodeller. I stort sätt alla betydelsemodeller är av liknande form och består av tre grundelement. Dessa är tecknet, vad tecknet hänvisar till och tecknets användare. Ett tecken är något fysiskt, något man kan uppfatta med sina sinnen; det hänvisar till något annat än sig självt och är beroende av att vi uppfattar det som ett tecken<sup>45</sup>. Nedan kommer vi att studera två modeller som varit de mest inflytelserika inom ämnet semiotik.

### 3.7 Charles Sanders Peirce – Triangulär betydelse modell

Peirce vilken anses vara en av de två huvudmännen bakom semiotiken, utarbetade en triangulär modell i vilket han konstaterade att tecknet, användaren och den externa verkligheten var nödvändiga medel för att studera betydelser. Hans modell bygger på tre termer vilka illustreras i figur nedan. Tecknet betecknar något annat än sig självt, det står för något – objektet. Detta får en effekt i användarens medvetande, det skapas en mental föreställning av tecknet och användarens erfarenhet av objektet – interpretanten. Interpretanten av ordet bil är i något sammanhang resultatet av användarens erfarenhet av ordet (han skulle inte använda det om en buss) och hans erfarenhet av fordon som kallas bilar, objektet. Alltså interpretanten är inte bestämd eller definierad av en ordbok utan skapas inom gränsen för vad som utgör användarens erfarenheter. Gränserna sätts upp av sociala konventioner och avvikelserna dessa emellan är sociala och psykologiska skillnader mellan användare<sup>46</sup>.



Figur 5 Peirces triangulära betydelsemodell<sup>47</sup>

### 3.8 Ferdinand de Saussure

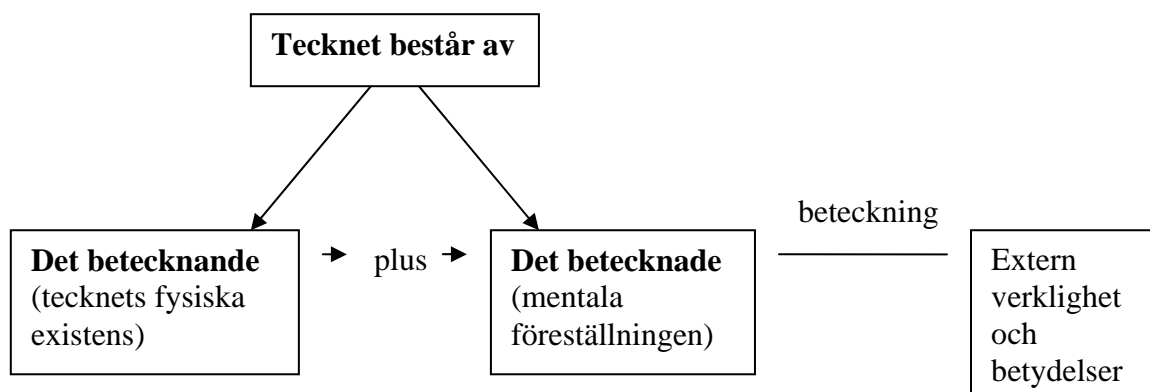
Saussure anses utgöra den andre huvudmannen bakom semiotiken. Han var lingvist i grunden och var främst intresserad av språket i vilket han mest lade kraft på tecknet och hur detta var relaterat till andra tecken. Hans betydelsemodell inriktar sig på betydelsen som finns i det strukturella förhållandet mellan tecknet, människan och objektet. Störst uppmärksamhet får själva tecknet vilket han anser vara ett fysiskt föremål med en betydelse, eller med hans egna

<sup>45</sup> John Fiske, *Kommunikationsteorier – en introduktion*, Lennart Olofsson (Uppsala: Almqvist & Wiksell, 2003), 62

<sup>46</sup> Ibid

<sup>47</sup> Ibid., 64

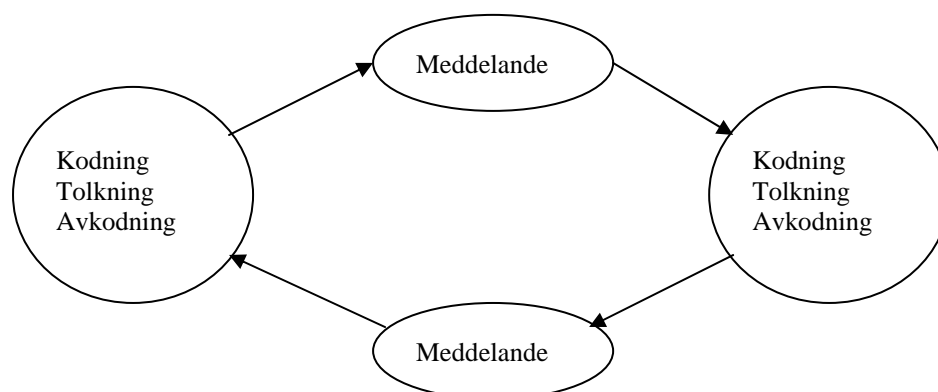
ord; ett tecken består av en betecknande och en betecknad. Det betecknande är tecknets utseende som vi uppfattar det – en markering på papper eller ett ljud i luften. Vidare menade han att det betecknade är den mentala föreställningen till vilket tecknet hänvisar. Den mentala föreställningen om ett tecken är i stort sätt gemensam för alla medlemmar i en kultur som använder samma språk<sup>48</sup>. Vad Saussure benämner beteckning i sin modell är likt Peirces 'objekt' och är vad tecknet står för, dess betydelse.



Figur 6 Saussure betydelsemodell<sup>49</sup>

### 3.9 Osgood/Schramm

Wilbur Schramm presenterade 1954 en kommunikationsmodell som är relativt lik Shannon & Weavers linjära modell, skillnaden är att denna är cirkulär. Shannon & Weaver menar på att kommunikationen går från sändaren till mottagaren och att det förhoppningsvis påverkar situationen hos mottagaren på något sätt, sedan är processen klar om ingen feedback utförs.



Figur 7 Osgood/Schramm (1954)<sup>50</sup>

Osgood/Schramm hävdar att kommunikationen pågår hela tiden och att det inte finns någon skillnad mellan sändare och mottagare. Kommunikationen är mer interaktiv i den här modellen, då sändaren och mottagaren hela tiden skiftar roller allt eftersom kommunikationen växer. Den cirkulära modellen belyser tydligt den återkoppling som ständigt sker i kommunikationen. De som deltar i kommunikationen ses som mer eller mindre identiska eftersom de fyller samma funktioner, avkodning, tolkning och kodning. Först tolkas

<sup>48</sup> John Fiske, *Kommunikationsteorier – en introduktion*, Lennart Olofsson (Uppsala: Almqvist & Wiksell, 2003)

<sup>49</sup> Ibid, 66

<sup>50</sup> Sven Windahl, *Kommunikationsmodeller* (Lund: Studentlitteratur, 1972), 18

informationen (t ex från en informationskälla) sedan kodas meddelandet (skickas, överförs) och till sist när den kommer fram så avkodas det och tolkas (mottagarfunktionen). Enligt Schramm finns det ingen början eller slut på kommunikation, det är en ändlös process av information som styrs av oss själva.<sup>51</sup>

### 3.9.1 Tillämpning av modellen

Osgood/Schramms modell beskriver hur sändaren och mottagaren hela tiden växlar roller då kommunikationen framskrider. Man förstår ganska snabbt att deras cirkulära synsätt på kommunikationen redogör för hur direkt kommunikation mellan människor fungerar, eftersom den föreställer att kommunikationen ständigt pågår och förändras. Det finns även andra kommunikationsområden som modellen kan tillämpas på, ett är e-post baserad kommunikation, då informationen hela tiden tolkas, kodas och avkodas. Ett meddelande kodas av sändaren och avkodas av mottagaren, som sedan tolkar budskapet. Mottagaren skickar i sin tur tillbaka frågor, oklarheter eller att budskapet är korrekt uppfattat till sändaren. Denna process beskriver att sändaren och mottagaren har lika roller i kommunikationen, då det ständigt görs feedback på budskapet. Hur meddelandet avkodas och tolkas beror på vilket sammanhang kommunikationen sker under och synen på de roller som finns i kommunikationen. Här ser man behovet av *erfarenhetsfält*, att parterna som deltar i kommunikationen har en likvärdig syn på kultur och roller som finns i deras omgivning.

## 3.10 Kultur

Kultur kan definieras på flera sätt i den västerländska världen, den vanligaste betydelsen är civilisation eller förfining av sinnet. Den senare förklaringen sammankopplas oftast med begreppet finkultur, vilket enligt många människor anses utgöra kultur. Men finkulturen inbegriper bara sådant som är förfinat och givits ett symboliskt och ekonomiskt värde såsom konst, litteratur och bildning.<sup>52</sup> Den bild av kultur vi vill föra fram är den som behandlar de grundläggande mänskliga processerna, där finkultur ingår och inte utgör en egen definition. Kultur innefattar de tankesätt, känslor, handlingsmönster och symboler som formar och influerar människors levnadssätt samt uppfattning i ett samhälle<sup>53</sup>. Alla människor bär med sig tankesätt, känslor och handlingsmönster som lärts in och utvecklats under livstiden. Det handlar om en inlärningsprocess som börjar vid tidig ålder vilket formar oss till dem vi är och bygger upp den värdegrund vilket vi står på. Denna process beror på den sociala miljö vilket vi växer upp i, lever i och samlar vår livserfarenhet i. Processen startar inom familjen, den fortsätter inom skolan, i föreningar, på arbetsplatsen och i samhället.

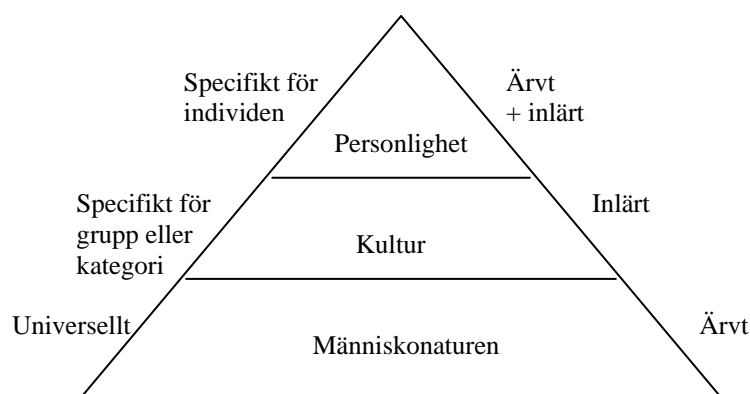
Hofstede urskiljer tre nivåer av mänsklig utveckling. Han menar att fundamentet vilket alla människor utgår från är *människonaturen*. Den är vad alla människor har gemensamt oavsett man är ryss, amerikan eller afrikan. Den mänskliga naturen är universell och ärvs via generna, den bestämmer grundläggande psykologiska funktioner, och mänskliga förmågor såsom att känna rädsla, ilska, kärlek, sorg samt behovet av att umgås men andra. Överbyggnaden på människonaturen utgörs av *kultur*. Kulturen menar han är inlärd och inte ärvd från människa till människa. Den härstammar från den sociala miljön och inte från generna. Kulturen ska skiljas från människonaturen och från individens personlighet, fast var gränsen mellan dessa går är otydlig. *Personligheten* hos en individ är unik och delas inte med någon annan individ.

<sup>51</sup> Sven Windahl & Dennis McQuail, *Kommunikationsmodeller* (Lund:Studentlitteratur, 1978)

<sup>52</sup> Geert Hofstede, *Organisationer och kulturer* (Lund : Studentlitteratur, 1991)

<sup>53</sup> Bengt Abrahamsson & Jon Aarum Andersen, *Organisation – att beskriva och förstå organisation* (Malmö; Liber AB, 2005)

Den är utvecklad delvis genom arv, det vill säga via generna och delvis via inläring. Inläringen sker både genom kulturen men även genom personliga erfarenheter<sup>54</sup>.



Figur 8 Hofstedes tre utvecklings nivåer<sup>55</sup>

### 3.11 Företagskultur

Kultur består av vilket förklarats ovan av de uppfattningar, vanor, kunskaper som utgör det mest accepterade beteendet i samhället. Denna definition på kultur har enligt Abrahamsson & Andersen flyttats över från makronivå (nationell) till mikronivå (organisationen). Men det rör sig ändå inte om samma fenomen, de två typerna av kultur är olika. Skillnaden ligger i att de olika kulturerna ger uttryck för olika saker. På nationell nivå manifesteras till mestadels värderingar medan på organisationsnivå mest sedvänjor.

Företagskulturen är en konsekvens av människors sociala natur, det utgör ett resultat av långvariga interaktioner människor emellan. Den ses som en spontan företeelse som uppkommer i den dagliga samvaron och vilket ligger till grund för medlemmarnas allmänna tankegång och värderingar. Påverkan på kulturen sker av arbetsklimatet, av den teknologi som används och av de dagliga händelserna i organisationen. En del författare och forskare menar att kulturen utgör företagets själ eller inre liv. De flesta är överens om att den påverkar sättet att leva, tänka, handla och vara inom just den organisationen. Detta återspeglas på hur medlemmar av organisationen löser problem, fattar beslut samt kommunicerar med varandra, alltså i det klimat som råder på arbetsplatsen. Organisationer kan även betraktas som bärare av kultur då de är specifika sociala enheter vilka innehåller gemensamma uppfattningar för hur man skall samverka och använda språk och andra uttrycksformer.

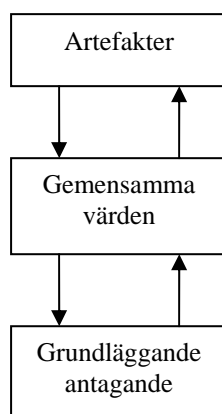
Företagskultur kan delas upp i olika nivåer, varje nivå speglar i vilken grad kulturen är observerbar. Genom att analysera de olika nivåerna kan man öka förståelsen om den specifika kulturen. På den översta nivån återfinns *artefakter*, detta är uttryck som är fysiska, verbala eller beteende mässiga. Artefakter kan vara det man ser, hör och känner när man besöker en organisation. Det utgörs av arkitektur, språk, teknologi, klädstil, känslouttryck, allmänna uttryck etc. På nästa nivå finns *gemensamma värden*, en mer abstraktare nivå än den ovan. Här klargörs gemensamma värden och handlingsmönster som ligger till grund för hur organisationen handlar i olika situationer och hur den löser problem. På djupaste nivån finns *grundläggande antagande* vilket är den mest abstrakta nivån. Med grundläggande antaganden menas det som tas för givet och betraktas som sant. Följande dimensioner går att beskriva för att förstå dessa antagande: hur organisationens förhållande till omvärlden är, hur man ser på

<sup>54</sup> Geert Hofstede, *Organisationer och kulturer* (Lund : Studentlitteratur, 1991)

<sup>55</sup> Geert Hofstede, *Organisationer och kulturer* (Lund : Studentlitteratur, 1991), 14



individens handlingar, hur medlemmarna i organisationen kommer fram till sanningen, hur de anställda ser på tiden, hur man ser på relationer samt hur man uppfattar konflikter.<sup>56</sup>



Figur 9 Företagskulturens olika nivåer<sup>57</sup>

### 3.12 Elektronisk post

Elektronisk post eller e-post är ett system för sändning och mottagning av meddelande mellan två eller flera datoranvändare<sup>58</sup>. E-posten utvecklades genom det första datornätverket, Arpanet i slutet av 60-talet och i början av 70-talet. Arpanet var en sammankoppling mellan olika forskningslaboratorier i USA med huvudsyfte att möjliggöra filöverföring och programkörning på andra datorer än sin egen. E-posten utvecklades i första hand för att förlänga den redan existerande informationsdelningen. Men det visade sig till slut att den största användningen i Arpanet blev e-post funktionen. Den elektroniska posten byggde i början på sändningen av filer men dess möjligheter tillät även att man kunde med samma huvud som på e-postfilerna sända textmeddelande. Olika standarder för att koda meddelandena uppstod tex RFC882 och RFC733. E-postens begränsningar gjorde i början att det endast användare med speciella program kunde skicka och ta emot meddelande mellan varandra. Men Internets utveckling och http protokollet har gjort det möjligt att sända, ta emot och hantera e-post genom vanliga webbläsare<sup>59</sup>. Med utvecklingen har även gruppkommunikationssystem uppstått vilka innehar distributionslista över alla medlemmar på nätverket och möjliggör att meddelandena lagras i systemet<sup>60</sup>.

#### 3.12.1 Egenskaper – Elektroniska post mediet

Den första och viktigaste egenskapen för e-postkommunikation enligt Edenius är att sändaren eller mottagaren har vilja att ta egna initiativ. Detta är grundförutsättningen för e-post, utan detta initiativ uppstår ingen e-post<sup>61</sup>. Kommunikation genom e-post kräver utförandet av en handling antingen för att kunna skapa eller läsa ett meddelande.

<sup>56</sup> Bengt Abrahamsson & Jon Aarum Andersen, *Organisation – att beskriva och förstå organisation* (Malmö; Liber AB, 2005)

<sup>57</sup> Bengt Abrahamsson & Jon Aarum Andersen, *Organisation – att beskriva och förstå organisation* (Malmö; Liber AB, 2005), 128

<sup>58</sup> Jacob Palme, *E-post*. [http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i\\_sect\\_id=163531](http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_sect_id=163531), 2005-11-23

<sup>59</sup> Jacob Palme, *Elektronisk post* (Lund, Studentlitteratur, 1989)

<sup>60</sup> Jacob Palme, *E-post*. [http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i\\_sect\\_id=163531](http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_sect_id=163531), 2005-12-02

<sup>61</sup> Mats Edenius, *E-post – ett modernt dilemma* (Stockholm, Nerenius & Santérus, 1997)

För det andra har e-postmediet en lagringsfunktion som gör att det går att spara e-posten, både hos mottagaren eller hos sändaren. E-postens lagringsfunktion gör det möjligt att i efterhand sökas upp specifika meddelande och använda dessa för att t ex. undvika missförstånd eller klargöra saker. Lagringsmöjligheten utgör en valfrihet för sändare och mottagare, oönskad post kan raderas. Möjligheten finns även till att skriva ut e-post eller att vidarebefordra den till andra. En ytterligare egenskap hos e-postkommunikation den snabbhet som det tar att skicka ett meddelande. En mottagare kan nås av e-post bara några sekunder efter det sänts oavsett geografiskt avstånd. Men hastigheten medför inte möjligheten till feedback i samtidighet såsom vid muntlig kommunikation. E-post är asynkront det vill säga inte samtidigt, sändare och mottagare kommunicerar vid olika tidpunkter<sup>62</sup>.

Den sista egenskapen för e-post är dess oberoende av tid och rum. Detta möjliggörs genom e-postens lagringsfunktion samt dess spridningsförmåga. E-post kommunikationen sträcker sig över rumsliga gränser genom att man kan sända ett meddelande till en eller flera personer oavsett geografiskt avstånd. Distanseringen i tiden möjliggörs genom att man kan lagra e-posten och göra den oberoende av tidens gång<sup>63</sup>.

### 3.13 Modell

#### 3.13.1 Vad är en modell?

En modell kan ta sig uttryck i många former, den grundläggande definitionen till vilket vi förknippar en modell med är att den utgör en förenkling eller ett hypotetiskt alternativ för att beskriva eller förklara en företeelse<sup>64</sup>. En modell kan vara ett fysiskt objekt och är oftast då refererade till som en ”materiell modell”. Modellen består av entiteter som utgör en förstorad eller förminskad kopia av ett fenomen.

Inom vetenskapen menar man att denna föreställning är viktig och kan utgör förutsättningen för utformningen av vetenskapliga modeller. Men man hävdar också att denna föreställning av modeller endast är ett verktyg för att förstå de verkliga vetenskapliga modellerna som underliggerna dessa. Vad man menar är att modeller inte är modeller i sig själva utan en modell är en uppsättning av idéer vilket beskriver en naturlig process<sup>65</sup>. En modell är inget fysiskt objekt utan snarare ett fiktivt objekt som förekommer i t ex tanken och inte behöver fysiskt realiseras för att utföra sin föreställande funktion.

#### 3.13.2 Modell typer

Det finns fyra olika typer av modeller. Dessa skiljs åt på olika sätt men kan kombineras till samman till olika modellansatser. En *ikonisk modell* ska vara en naturlig kopia eller en sannhetsenlig spegelbild av ett fenomen. Tanken om ikoniska modeller är att de är skalm modeller som t ex. en karta eller skulptur som antingen är förstorad eller förminskad kopia av originalet. *Analogimodeller* bygger på idén att två entiteter är analogiska om det förekommer speciella likheter mellan dem. En enkel typ av analogi grundar sig på att tingen delar samband. Det finns en analogi emellan jorden och månen som baseras på faktumet att båda är stora, solida, klotformade, får värme och ljus från solen samt båda rör sig runt varsin

<sup>62</sup> Mats Edenius, *E-post – ett modernt dilemma* (Stockholm, Nerenius & Santérus, 1997)

<sup>63</sup> Ibid

<sup>64</sup> Göran Wallén, *Vetenskapsteori och forskningsmetodik* (Lund: Studentlitteratur, 1993)

<sup>65</sup> Cartier Jennifer, John Rudolph & Jim Stewart. *The Nature and Structure of Scientific Models*. Madison, School of Education, University of Wisconsin-Madison (Wisconsin Center for Education Research, 2001)

axel. Analogi kan även baseras på tingens egenskaper eller funktioner. En *idealiserad modell* grundar sig på en medveten förenkling av någonting komplicerat med målet att göra det mer medgörligt, tankeövergripande. *Fenomenologiska modeller* definieras som modeller som betecknar egenskaper av vissa iakttagbara företeelser oberoende av deras orsaker eller ursprung<sup>66</sup>.

### 3.13.3 Kriterier för en modell

För att en modell ska anses slagtålig och stå för sitt syfte måste ett antal kriterier uppfyllas. En modell ska innehålla en *systematik* som innefattar en konsekvens, motsägelsefullhet samt ett logiskt sammanhang. *Effektivitet*, modellen ska kännetecknas av en lätthanterlighet i relation till sitt syfte. Modellen ska inbegripa *validitet*, systematiska fel ska inte förekomma, modellens förmåga ska testas och bedömas om den är i korrekt relation med det den ska användas till. Slutligen ska även en modell ha *modellvillkor* gällande förenklingar, antagande och giltighetsområde. Vidare finns även fem krav som måste uppfyllas för att kunna betrakta modeller som vetenskapliga. (1) Modeller ska spegla verkligheten, (2) de ska vara små representationer av verkligheten, (3) de ska utgöra förenklingar av fenomenen de speglar, (4) de är stängda system, inte öppna, (5) endast de viktigaste egenskaperna av verkligheten införlivas, mindre viktiga ignoreras.<sup>67</sup>

### 3.13.4 Kunskap genom modeller

Modeller är verktyg för kunskap om världen, genom att studera en modell kan du upptäcka funktioner om ett system vilket modellen står för. Den kognitiva funktionen hos modeller är erkänd i litteraturen och en del hävdar att modeller skapat en ny typ av resonemang, ett så kallat ”modellbaserat resonemang”. Men hur kan en modell ligga till grund för inläring av kunskap? Hughes menar att inläringen sker i tre stadier genom denotation, demonstration och tolkning. Först skapas en representativ relation (denotation) mellan modellen och fenomenet. Fortsatt undersöks funktionen, särdragen hos modellen för att visa att de teoretiska kraven hos modellen stämmer: man lär sig om modellen (demonstration). Slutligen fogar man samman den representativa relationen och vad man lärt sig om modellen i hjärnan genom ett mentalt tillstånd för att omvandla detta till kunskap om fenomenet (tolkning)<sup>68</sup>. Det är de två senare stegen i vilket den lärande processen sätts igång.

### 3.13.5 Lära sig om modellen

Inläringen om en modell sker i två faser, dels vid skapandet och dels vid manipulation av modellen. Det finns inga konkreta regler för skapandet av en modell, utan aktiviteten att sätta samman modellen är möjligheten att lära sig om den. När modellen är färdig, lär man sig inte bara av att titta på den utan man måste också använda den och manipulera dess egenskaper för att upptäcka dess hemligheter. Materiella modeller kan lätt manipuleras genom att experimentera med dem i deras rätta sammanhang. Detta sker ständigt inom vetenskapens värld där t ex en modell av ett fenomen kan testas mot kyla, vind, värme osv. Vad det gäller fiktiva modeller ligger svårigheten i just hur manipulationen ska ske. Det vanligaste tillvägagångssättet är att genomföra ett tankeexperiment. Svårigheten här är att olika

<sup>66</sup> Roman Frigg & Stephan Hartmann. *Scientific Models*. [http://stephanhartmann.org/Hartmann\\_Models.pdf](http://stephanhartmann.org/Hartmann_Models.pdf) (New York, 2005) 2005-11-13

<sup>67</sup> Göran Wallén, *Vetenskapsteori och forskningsmetodik* (Lund: Studentlitteratur, 1993)

<sup>68</sup> Roman Frigg & Stephan Hartmann. *Scientific Models*. [http://stephanhartmann.org/Hartmann\\_Models.pdf](http://stephanhartmann.org/Hartmann_Models.pdf) (New York, 2005) 2005-11-13

författare, forskare framkommit med olika slutsatser för hur tankeexperimentet ska utföras samt vilken betydelse resultaten har.<sup>69</sup>

### 3.13.6 Omvandla kunskap om modellen till kunskap om fenomenet

När väl kunskapen om modellen är tillgänglig måste den översättas till kunskap om fenomenet. Det är här den representativa funktionen av modellen blir betydelsefull igen. Modellen kan endast förse oss med information om ett fenomenets natur om vi förutsätter att det finns motsvarigheter till modellens utseende/aspekter i verkligheten. Men om inläring är bundet till den representativa föreställningen och finns det olika föreställningar så finns det även olika slags typer av inläring. Det kan krävas olika sätt att utvinna kunskap från tex en ikonisk modell gentemot en analogisk modell. Trots ett stort antal studier har genomförts kring hur olika modeller fungerar har det inte framkommit en konkret redogörelse för hur kunskap utvinns från en modell om ett fenomen.<sup>70</sup>

## 3.14 Sammanfattning

Organisationskommunikation är ett sammansatt område bestående av flera olika teorier. Vi har valt att ta med detta område för att klargöra till vad och hur kommunikation används inom ett företag. Meningen är att detta ska ligga till grund för utvärderingen av modellen som ska äga rum på en organisation. Genom att redogöra för de tre vanligaste forskningsområdena är det vår mening att detta ska förklara varför kommunikationen på ett företag är som den är. Till detta knyter vi även internkommunikation och dess uppdelning med informell och formell kommunikation för att skapa en djupare förståelse för social spontan kommunikation och reglerad bestämd kommunikation.

Kommunikationsprocessen kan angripas på en mängd sätt. Vi har valt att utgå från de två huvudsynsätten som utgör grunden för all kommunikationsforskning, nämligen processskolan och semiotiska skolan. Vad som är viktigt att beakta är att dessa två skolor inte utgör varandras motsatser utan två separata sätt att se på kommunikationsprocessen.

Vi har valt att ta med de kommunikationsmodeller som enligt oss återspeglar och innefattar de viktigaste delarna inom kommunikationsprocessen.

Processkolans linjära tänkande illustreras klart i Shannon & Weavers modell, där det viktiga är kommunikationens handlingar och inte meddelandets betydelse. Den ger en grundläggande förståelse för alla linjära modeller och en översiktlig bild av kommunikationsprocessen. Viktigt att påpeka är även hur den belyser en förenklad bild av kommunikationsprocessen. Vad som utgör centrala delar i modellen är sändare, mottagare, medium och brus. Det är kring dessa begrepp som grunden för vår modell ska läggas. För att skapa en förståelse för hur modellerna fungerar har vi även tillämpat dem.

Gerbners modell med den perceptiva och den kommunikativa dimensionen har medtagits för att visa på de framsteg som tagits gentemot Shannon & Weavers modell. Denna modell bygger på en linjär grundtanke men sätter meddelandet i relation till det perceptiva alltså till den verklighet vilket ger oss möjligheten att se på frågor om betydelser. Modellen är medtagen för att illustrera och ge en ökad medvetenhet för meddelandets innehåll.

---

<sup>69</sup> Roman Frigg & Stephan Hartmann. *Scientific Models*. [http://stephanhartmann.org/Hartmann\\_Models.pdf](http://stephanhartmann.org/Hartmann_Models.pdf) (New York, 2005) 2005-11-13

<sup>70</sup> Ibid

Inom den semiotiska skolan ser man på kommunikation som ett utbyte av betydelser, det viktigaste är kommunikationens funktioner. Tanken ska läggas på skapandet och tolkandet av den information som meddelandet innehåller. Det som ska uppmärksammas med denna skola är enligt oss att mottagaren är en läsare vilket antyder på en större mått av aktivitet, då läsning är något vi måste lära oss och därmed bestäms av läsarens kulturella bakgrund. För att klargöra olika sätt att tolka och upptäcka betydelserna i meddelanden har vi tagit med två olika modeller, Peirce och Saussures, för att tolka betydelsen av tecken då detta kommer att utgöra en central bit i vår modell.

Osgood/Schramms modell anknyter tydligt till den semiotiska tankegången genom dess sammanslagna fält av kodning, tolkning och avkodning som existerar inom sändaren och mottagaren. Dess cirkulära form antyder att återkoppling är något som sker i de flesta kommunikationsprocesser samt att sändare och mottagare växlar roller, och därmed är identiska. Det väsentliga i denna modell är kodning, avkodning och den cirkulära process vilket modellen illustrerar.

Kultur har en stor inverkan på den mänskliga utvecklingen. Det är utifrån den man bygger sina värderingar om vad som är acceptabelt och inte. Det kulturella påverkar alla människor på olika sätt vid kommunikation, det tydligaste exemplet är att skillnaderna som leder till att man inte kan förstå varandra. Det som är centralt här är att försöka förstå hur människor med olika kulturella bakgrunder står olika ifråga om kunskap, värderingar, normer vilket påverkar tolkning och kodning av meddelande. Vi har även tagit med företagskultur för att belysa vilken påverkan det har på kommunikationen inom ett företag parallellt med den egna kulturen.

Avsnittet om elektronisk post är till för att förstå vad e-post är och vilka egenskaper mediet har. Det är genom egenskaperna som e-posten får en unik sammansättning av styrkor och svagheter vilket skiljer den från andra medier. Den viktigaste egenskapen är enligt oss distanseringen i tid och rum vilket möjliggörs genom tillgänglighet av mediet och dess lagringsfunktion.

## 4 Kommunikationsmodellen

*I detta kapitlet presenterar vi den modell som vi har utvecklat och som ska utgöra verktyget för att analysera e-postbaserad kommunikation. Inledningsvis motiverar vi varför modellen är utformad som den är, detta följs av en grafisk illustration av modellen samt en specifikation.*

### 4.1 Motivering av modell

Motivet till att vi utvecklar en egen kommunikationsmodell är att den ska utgöra ett verktyg för att analysera processen vid e-post kommunikation. Förutsättningen för att utforma modellen har vi lagt i form av ett brett teori avsnitt inom ämnet kommunikation. Modellen bygger på fenomen och element från olika delar av dessa befintliga teorier. Vi har valt att gå till väga på detta sätt för att vi ansett att det redan finns substans i de befintliga teorierna samt att utvecklingen inom kommunikationsvetenskap varit nästintill oförändrad sen 60-talet. Grundtanken som vi har utgått ifrån härstammar från Osgood/Schramms modell där kommunikationsprocessen illustreras som cirkulär. Syftet med detta är att skapa en modell som inte bygger på traditionella linjära tankegångar vilket dominerar dagens kommunikationsvetenskap och som enligt oss är alldeles för förenklade. Genom att låta det cirkulära utgöra baselementet i modellen undgår vi en process som är linjär, samtidigt som vi proklamerar att kommunikation inte alltid måste ge en effekt på mottagarens beteende. Det som tilltalade oss med den cirkulära processen är det faktum att återkopplingen utgör en valfri aspekt som lyfter kommunikationen till en högre nivå. Med en högre nivå menar vi att den ger kommunikationen ett mer dialogiskt ansikte, den får två vägar att färdas i.

I likhet med Osgood/Schramms modell har vi valt att skapa två entiteter där kommunikationen ska gå igenom, antingen starta eller sluta. Till skillnad emot dem har vi inte lagt kodning, avkodning och tolkning i dessa entiteter utan valt att beteckna dem som sändare/mottagare. Vår mening med att både benämna sändaren som mottagare och mottagare som sändare bygger på den cirkulära process som enligt oss gör att sändare och mottagare inte är specifika roller. Utan att man ständigt växlar roller beroende på hur kommunikationen ser ut. Detta skapar i våra ögon en ytterligare dimension till modellen där den enkelriktade synen på sändare och mottagare upplöses till något som mer efterliknar tvåvägskommunikation, alltså sändare och mottagare blir en och samma roll.

För att belysa fenomen och element som har en indirekt och direkt påverkan på kommunikationsprocessen har vi utformat två fält bestående av mänskliga faktorer respektive faktorer i människans omgivning. Vi benämner fälten som resurser och kontext. Varför vi har valt att ta med dessa är för att visa på vilken effekt människors olika bakgrunder, både kulturellt och kunskapsmässigt, samt situation och miljö man befinner sig i har på kommunikationen. Resurserna har enligt oss en starkt bidragande effekt på hur vi tolkar och formulerar den information vi sänder och tar emot. Kontexten är till för att i likhet med resurserna illustrera hur vår omgivning och rådande situationer får oss att handla i kommunikationsprocessen.

Vid genomgång av processkolan linjära modeller fann vi att fenomenen kodning och avkodning helt eller knapptogs med som en del av kommunikationsprocessen. Vissa modeller saknade det helt medan några bara betraktade och likställde det med andra

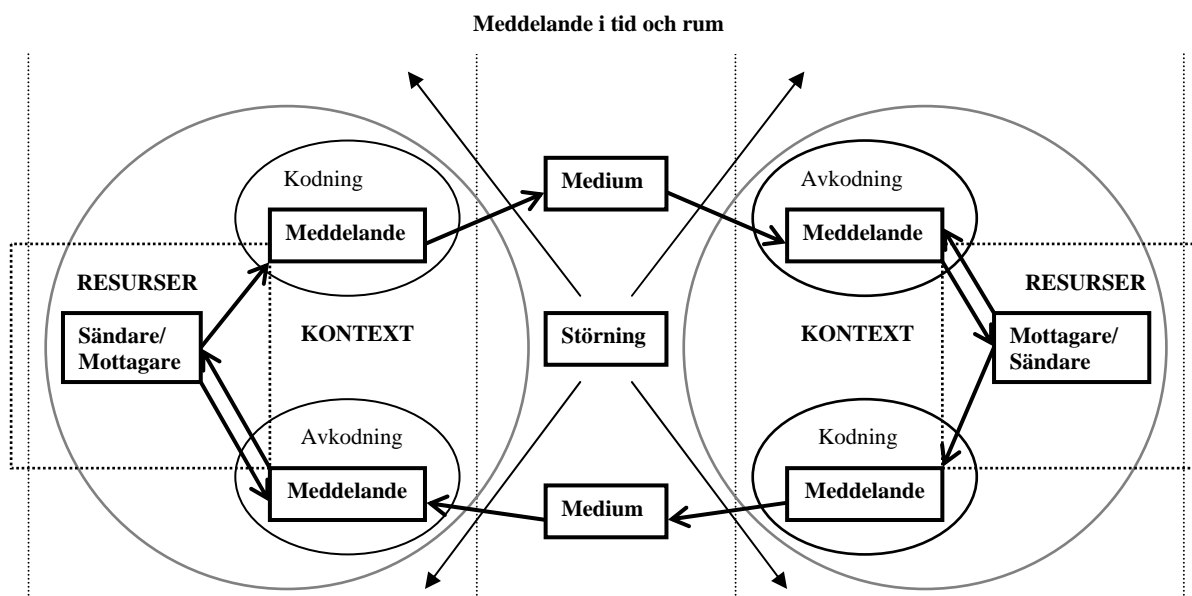
faser i processen. I vår modell har kodning och avkodning en central roll. Kodnings- och avkodningsentiteterna är till för att lägga större vikt på innehållet i meddelandet. Vår tanke är att människan både vid formulering och läsning av meddelande måste utföra en handling för att antingen uttrycka sig eller tolka ett meddelande. Detta bygger både på den semiotiska skolans tankegång där betydelsen utgör det viktiga och är starkt beroende av människans kulturella bakgrund och på Gerbners modell där den perceptiva dimensionen innefattar tolkningsfrågor kring makt, intention och betydelse.

Verktyget för att kommunicera i denna modell har vi valt att benämna medium.

Medium är till för att i första hand visa genom vad, eller vilket kommunikationsverktyg sändaren väljer att skicka sitt meddelande. Det ska enligt studien i första hand representera e-post mediet. Mediet kan likställas med en kanal. Vidare har entiteten störning medtagits för att belysa de problem som kan uppstå vid kommunikation, både av teknisk och semantisk art. Detta bygger i första hand på Shannon & Weavers modell och begrepp vilket de benämner brus. Störning och brus består i stort sätt av samma fenomen dock innefattar vår störning endast två nivåer medan Shannon & Weavers har tre. Valet av två nivåer bygger på att vi inte har som ändamål att mäta effektiviteten av kommunikationen och då inte behöver ta med störningar som påverkar önskade förändringar i mottagarens beteende.

Avslutningsvis har vi valt att placera fenomenet vilket vi kallar *meddelande i tid och rum* som en atmosfär kring hela kommunikationsprocessen. Genom detta vill vi belysa e-post mediets egenskaper såsom att lagring och spridning vilket möjliggör att e-post som medie och meddelande är oberoende av rummet och tiden. Detta gör vi för att alla former av kommunikation förutsätter en viss grad av distansering i rum och tid, en viss grad av rörelse i rum och tid. Men graden av distansering varierar kraftigt, beroende på omständigheterna för kommunikationen och på typen av tekniskt medium. Det unika med e-postmediet är att kommunikationen aldrig tar slut så länge meddelandet sparas och kan spridas till mer än en.

## 4.2 Vår kommunikationsmodell



Figur 10 Vår kommunikationsmodell

### 4.2.1 Sändare/Mottagare

I modellen illustreras sändare och mottagare som kommunikatörer vilka hela tiden byter roller under kommunikationens gång. Sändaren och mottagaren är därmed inte två olika entiteter som har olika uppgifter i kommunikationen, utan de har som gemensam uppgift att växla information med varandra. Därav kan man säga att de är identiska eftersom de fyller samma funktioner i kommunikationsprocessen. Det som är säreget för sändaren är att denne startar processen, men allt eftersom informationen växlar, växlar också rollerna. Av detta resonemang går det inte heller att definiera vad som är en sändare eller mottagare eftersom allting man stöter på i sin omgivning sänder eller mottar någonting.

### 4.2.2 Medium

För att skicka ett meddelande till någon eller några, krävs det något tekniskt eller fysiskt som omvandlar meddelandet till en signal för att den ska kunna överföras via en kanal. Det kan t ex vara någons röst eller kroppsspråk. I vår modell som illustrerar elektronisk kommunikation är medium snarare ett e-post verktyg som gör om meddelandet till en signal, vilken överförs via en kanal. Mediets funktion är därmed av tekniskt slag, vilket gör att de är mer utsatta för störningar än de fysiska. De är också beroende av att andra tekniska apparaturer i dess omgivning fungerar.

### 4.2.3 Meddelande i tid och rum

Genom att göra det möjligt för individer att kommunicera över långa avstånd i rummet och tiden gör användningen av elektronisk post det möjligt för individer att överskrida de rumsliga och tidsliga gränserna som karakteristiska för interaktion ansikte mot ansikte. Kommunikation över de rumsliga gränserna äger rum vid det tillfälle när ett meddelande går ut till mer än en mottagare, alltså det blir tillgängligt för ett stort antal över de rumsliga gränserna. Den tidsliga varaktigheten som är begränsad vid muntlig dialog, blir genom e-post mer tillgängligt i tiden, då den kan lagras och läsas vid ett annat tillfälle. Genom att spara ett meddelande kan det bevaras och läsas av människor i andra kontexter långt borta i tiden från datumet då det producerades. E-posten är oberoende av rummet och tiden.

### 4.2.4 Störning

Störningar kan uppkomma på två nivåer: (1) Tekniska störningar, (2) Semantiska störningar. Detta illustreras i modellen genom två vertikala gränser över hela modellen. Första nivån av störning innefattar allt av teknisk karaktär. Med detta menar vi allt som läggs på e-posten från sändning till mottagning som inte varit avsändarens mening. Detta kan vara virus eller förvrängningar etc. Inräknat här finns även rent tekniska problem t ex. förhinder av e-posten leverans eller väldig fördröjning av leveransen. Andra nivån av störning består av semantiska tolkningar, hur väl informationen uttrycker önskad betydelse. Denna nivå är till stor del beroende av kulturella faktorer, hur olika individer tolkar olika ord och meningar enligt sina egna referensramar. Ett ord kan för någon innebära en betydelse och för någon annan stå för någonting helt annat.



#### **4.2.5 Resurser**

En människa förfogar över en mängd resurser, det är resurserna som gör det möjligt för oss att förverkliga saker. Resurser är fenomen vilka vi utgår ifrån när vi handlar och reagerar på saker. Exempel på resurser är värderingar, normer, kultur, kunskap och erfarenheter vilket vi använder och lever efter både medvetet och omedvetet. Det är resurserna som påverkar vad vi vet och inte vet, vad vi kan och inte kan. Resurserna innehåller de kulturella skillnader och likheter som gör att sändaren och mottagaren antingen förstår eller inte förstår varandra. Det är utifrån våra resurser vi blir medvetna om att vi måste kommunicera, vad vi ska kommunicera och hur.

#### **4.2.6 Kontext**

Kontexten utgör den verklighet man befinner sig i när man kommunicerar. Den speglar omgivningen, miljön och den situation som påverkar kommunikationen och de kommunikationsvanor man besitter. Kontexten är de faktorer både sociala och konkreta där man befinner sig som medverkar till påverkan på hur meddelandet utformas, läses, skickas och tolkas. Den situationen eller kontext som finns läses av medvetet och omedvetet av våra sinnen vilket får till följd att det skapas vanor samt olika effekter kring kommunikationen vi utför. Situationen kan innefatta hur man agerar när man kommunicerar och hur man påverkas av de olika ting som finns runt omkring en vid kommunikationstillfället. Detta fält har en stor inverkan på hur kommunikationen ser ut och tar sig i anspråk men detta sker alltid i samverkan med det resursfältet vi klargjort för ovan.

#### **4.2.7 Meddelande**

Ett meddelande är en konstruktion av tecken vilket tillsammans formar en kod. Koder utgör konventioner i vilket tecken organiseras för att bilda betydelser. Meddelandets funktion är att innehålla den information som ska transporteras från sändaren till mottagare.

#### **4.2.8 Kodning**

Kodning är processen att formulera en betydelse för att försöka få mottagaren medveten om vad man vill. Formuleringen sker genom de tecken man har tillgängliga i sitt vokabulär. Det är genom dessa tecken som ord och meningar formas vilka mottagaren ska kunna avläsa. Hela kodningsprocessen går ut på att uttrycka sig så att mottagaren kan tolka informationen på samma sätt som sändaren avsett.

#### **4.2.9 Avkodning**

Avkodning är processen när mottagaren avläser informationen i meddelandet för att finna dess betydelse. Ett meddelande är som ovan redogjorts för en uppsättning tecken eller symboler vilka tillsammans bildar en kod. Ett tecken bär på en betydelse och kan bara tolkas av de människor som använder det. Genom att veta vad tecknet står för formar mottagaren en mental bild av tecknet gentemot vad hans resurser säger att det betyder. Detta är ingen enkel process, innehar inte mottagaren de rätta resurserna kan han inte tolka meddelandet som sändaren avsett det. Mottagandet bygger på de resurser individen har till buds. Tolkningsprocessen sker genom att mottagaren förhandlar med meddelandets information och

sina egna resurser för att på så sätt avläsa dess betydelse. Dubbel pilarna som illustreras i modellen visar mottagarens förhandling mellan meddelandets information och hans resurser.

## 5 Utvärderingsmetod

*I följande kapitel presenteras den metod som ska ligga till grund för hur vi ska utvärdera modellen. Detta följs av en företagspresentation på det företag där evalueringen ska äga rum. Avslutningsvis redogör vi för vad som framkom av utvärderingen.*

### 5.1 Tillvägagångssätt

För att granska vår modell i ett verkligt sammanhang genomfördes en workshop på Icopal i Malmö med ett antal anställda. Vi valde att genomföra en workshop framför intervjuer eftersom vi ville sätta modellen i sin verklighet tillsammans med personer som dagligen kommunicerar via e-post. Vi ville att deltagarna i workshopen skulle interagera med kommunikationsmodellen och med varandra för att på så sätt få igång en diskussion där de kan ge kommentarer och synpunkter på modellen. Vi anser att genom intervjuer hade vi inte fått en lika uttömmande utvärdering av vår modell. Den workshop som vi genomförde på Icopal kan man kalla för en gruppintervju, benämningen är inte den viktiga utan det väsentliga är vad man får ut av det, vad resultatet blir.

#### 5.1.1 Utvärderingsguide

För att analysera vår modell tillverkade vi en utvärderingsguide som vi först själva använde som ett test på modellen, för att vi snabbt skulle se hur den fungerade i ett konkret sammanhang. När vi var nöjda med modellen skickades denna till vår handledare tillsammans med utvärderingsguiden för ett godkännande. De frågor som utvärderingsguiden innehåller framställde vi genom att analysera kommunikationsprocessen i modellen. Frågorna är inte specifika för modellen utan bara en guide för att granska modellen i ett verkligt sammanhang, med det menar vi att frågorna kan utvecklas på nytt vid ett annat tillfälle. Utvärderingsguiden använde vi vid genomförandet av workshopen för att på ett enkelt sätt utvärdera modellen tillsammans med de anställda på Icopal.

#### 5.1.2 Workshop

De personer som var med i den workshop som ägde rum på Icopals Malmö kontor kontaktades först via e-post. Personerna valdes ut genom att vi först skickade e-post till samtliga inom organisationen, där vi presenterade vårt syfte med studien samt en kort beskrivning av kommunikationsmodellen. De som verkade intresserade av att delta i workshopen besvarade vår e-post inom en rimlig tid och efter det bestämdes tid för genomförande. De som visade sig intresserade var fyra anställda som sysslar med IT och kommunikationsuppgifter på olika nivåer inom företaget. Vi var nöjda med antalet deltagare, fler deltagare hade blivit alltför rörigt och ostrukturerat. Fyra deltagare från företaget samt vi två som ledare av workshopen var lagom. Om vi hade varit fler, hade risken varit större för utsvävningar och att vi kommit bort från modellen för mycket. Vi tyckte att det var effektivt att använda utvärderingsguiden för att genom den få ut så mycket som möjligt av workshoptillfället. Under workshopen presenterades kommunikationsmodellen och deltagarna fick först själva skriva ned sina svar till frågorna som tillhörde utvärderingsguiden, för att sedan tillsammans med oss diskutera sina svar, på detta sätt fick vi ganska snabbt igång en diskussion. Vi ville att de skulle skriva ned sina svar och kommentarer för att vi skulle kunna analysera dem i lugn och ro efter workshoptillfället.

Vår roll i workshopen var att presentera modellen som en helhet samt att mer ingående lägga fram de olika entiteternas funktionalitet och hur de hänger samman i modellen. Vidare var att involvera deltagarna och skapa en diskussion, det var inga problem då alla hade fått ut vår guide över workshopen med tillhörande frågor. Som vi nämnde tidigare så är frågorna inte fasta för vår modell, utan ska mer ses som en guide för att deltagarna snabbt ska kunna sätta sig in i modellen. Under diskussionen agerade vi som ledare av workshopen och styrde diskussionen då de ibland svävade ut för mycket utanför området. Vi försökte att vara objektiva under deras diskussion för att inte påverka deltagarna med våra tankar och ståndpunkter kring modellen. Vi lyssnade först på vad var och en hade skrivit ned och lät de sedan diskutera med varandra, utan att vi påverkade de med våra synpunkter. Detta gav oss en bild av hur de såg på modellen. Vidare gick vi in i diskussionen och förklarade vad vi menade där det fanns frågetecken.

Efter workshopen samlade vi in allt material och sammanförde detta i ett dokument, detta moment utgjorde transkriberingen. Det empiriska materialet måste på något sätt göras disponibelt för bearbetning. För att inte missa några detaljer är det bra att sammanställa materialet direkt efter workshoptillfället.<sup>71</sup> Transkriberingen utförde vi tillsammans på kvällen samma dag som workshopen genomfördes för att på så sätt inte utsätta oss för risken att glömma saker som var viktiga. Vi gjorde det tillsammans för att man kan lätt missa väsentligheter om bara en sköter arbetet.

Nästa steg var att analysera det empiriska materialet, det gjorde vi direkt dagen efter transkriberingen för att vi skulle kunna samla in mer information och fylla i eventuella luckor som upptäcktes under genomgången av materialet. Analysarbetet inleddes med att granska modellens design och funktion och jämföra det parallellt med det insamlade materialet. På så sätt upptäckte vi att workshopen hade gett oss tillräckligt med material för analysen.

## 5.2 Utvärderingsguide

Nedan presenterad metod ska ligga till grund för genomförandet av workshop på Icopal. Det är meningen att vi genom metoden ska analysera och evaluera vår modell på ett genomgående och utförligt sätt. Metoden ska utgöra ett enkelt men effektivt verktyg för att utvinna så mycket som möjligt ur workshop tillfället. Utgången av workshopen ska utgöra underlag till analys och resultat av studien.

### 5.2.1 Steg 1 - Presentation av kommunikationsmodell

Första momentet i metoden innefattar en teoretisk genomgång av modellen. Här klargörs för hur modellen är uppbyggd samt vilka tankar vi har haft vid utvecklingen av den. Vidare förklaras vad varje entitet symboliserar och en mer ingående beskrivning hur dessa hänger samman i modellen. Som avslutning på detta moment vill vi att deltagarna ska förklara sin syn på internkommunikation för att föra in diskussionen på rätt väg. Nedan illustreras utförandet av steg 1 i punktform.

---

<sup>71</sup> Jan Trost, *Kvalitativa intervjuer* (Lund: Studentlitteratur, 1997)

## Presentation av kommunikationsmodell

- Teoretisk förklaring av de olika entiteterna i ordning:

- Sändare/Mottagare
- Medium
- Störning
- Resurser
- Kontext
- Kodning
- Avkodning
- Meddelande
- Meddelande i tid och rum

- Diskussion om internkommunikation.

### 5.2.2 Steg 2 - Intressentanalys

Andra momentet i metoden består av att involvera respondenterna i workshopen. Meningen här är att deltagarna själva ska sätta sig in i modellen. Detta ska ske genom att de tillämpar den interna kommunikation som sker dagligen genom e-post mediet på modellen. Genom att experimentera tankemässigt och genom diskussion ska gruppen samt den enskilde deltagaren framlägga sina åsikter och tankegångar kring modellens design och funktionalitet. Nedan exemplifieras utförandet av steg 2 i punktform.

#### Intressentanalys

- Analys och undersökning av de olika entiteterna samt modellens helhet.

- Sändare/Mottagare – vem är det som kommunicerar? Hur kommunicerar jag?
- Medium – med hjälp av vilket medium? I det här fallet e-postverktyget.
- Störning – vad kan störa kommunikationen? Teknisk eller semantisk art?
- Resurser – vilka erfarenheter, kunskaper använder jag mig av vid kommunikation?
- Kontext – hur påverkas omgivningen, miljön, situationen hur jag reagerar, handlar kodar, avkodar i kommunikationsprocessen?
- Kodning – vad tänker ni på när jag formulerar ett budskap? Vad påverkar mig?
- Avkodning – vad tänker ni på när ni läser ett meddelande? Vad påverkar mig?
- Meddelande – hur ser ni på ett meddelande?
- Meddelande i tid och rum – vad anser ni om dessa aspekter?

### 5.3 Val av företag

Motivet till att vi har valt att lägga vår utvärdering av kommunikationsmodellen hos Icopal grundar sig på två faktorer. För det första har en av oss varit i kontakt med företaget innan och vet överlag vad de arbetar med. Företaget är modernt utrustat med ny teknik och försöker implementera nyheter. Personalen som dagligen använder sig av de tekniska hjälpmedlen har bra förståelse och är insatta i hur de fungerar. För det andra, som även kom att fälla avgörande vid valet av företag var att Icopal är lokaliserat på två olika platser i Malmö vilket redogörs för nedan. Huvudkontoret och fabriken befinner sig på ca 5 km avstånd ifrån varandra och

den största kommunikationen dessa emellan sker via e-post och interntelefon. Företaget är nödsakat att kommunicera med något av dessa medier dels p g a att det är dyrt att ha någon som dagligen transporterar dokument mellan platserna och dels för att det tar för lång tid att förflytta sig från ett ställe till ett annat bara för att fråga en sak. Effekten av detta enligt oss är att man i större grad än andra företag använder sig och är beroende av den dagliga e-post kommunikationen. Företaget använder sig av e-postmediet för att skicka alltifrån meddelande, filer, bilder och nyhetsanslag. Det specifika programmet företaget använder sig av vid e-post kommunikation är Lotus Notes från IBM vilket precis som First Class är ett gruppkommunikationssystem.

### 5.3.1 Företagsbeskrivning

År 1876 grundade Jens Villadsen Icopal i Danmark. Företaget arbetade till en början med reparationer av gamla tjär- och zink tak. Men under 1894 uppfann och patenterade Jens Villadsen världens första takpapp. Efter Jens död 1910 tog sonen Christian Villadsen över rodret och introducerade Icopal på den danska börsen 1912. Strax efter detta tog även Christian initiativet till att bilda AB Svenska Icopal & Takpixfabrik i Malmö 1915. Utvecklingen i Sverige gjorde stora framsteg och verksamheten växte i snabb takt. År 1925 öppnade även Icopal en entreprenad avdelning för att själva vara en fullständig aktör på marknaden. Expansionen fortsatte och 1939 invigdes Icopal Sveriges första och nuvarande fabrik på Lodgatan i Malmö. Sökandet efter större kontorslokaler ledde till att Icopal 1941 öppnade huvudkontor på Skeppsbron mitt emot Hjälmarekajen i yttre hamnen.

I dag representeras Icopalkoncernen av det helägda dotterbolaget Icopal Sverige AB och har ca 277 anställda i Sverige varav 104 är stationerade i Malmö. Av dessa utgörs 32 tjänstemän som arbetar på huvudkontoret respektive 28 på Lodgatan resten är produktionspersonal mm. Sedan år 2000 ägs Icopalkoncernen av ett konsortium bestående av Carlisle Companies Inc. (US) och IKO Sales Ltd (CAN) tillsammans med två finansiella aktieägare Axcel Industrinvestor och Kirkbi. Icopal koncernen hade 2004 en omsättning på 5 miljarder danska kronor medan Icopal AB Sverige omsatte ca 550 miljoner svenska kronor. Kärnverksamheten består av produktion av takpapp men har fortlöpande utvecklats och man är idag fullständig leverantör av tätskikt, takljuskupoler, uterumstak, broisolering, presenningar, brandventilation samt byggnadsrelaterade varor såväl egentillverkade som koncernvaror<sup>72</sup>.

## 5.4 Validitet och Reliabilitet

### 5.4.1 Validitet

Enkelt kan man säga att med validitet menar man giltighet, att instrumentet eller frågan skall mäta det den är avsedd att mäta.<sup>73</sup> Vidare delas validitet upp i två kategorier, inre och yttre validitet. Inre validitet handlar om själva projektet och den direkta kopplingen mellan teori och empiri, medan yttre validitet handlar om hela projektets, med dess teorier och empiri, förankring i en vidare ram.<sup>74</sup>

Inre validitet innebär alltså hur vi strukturerar upp studiens inre delar, deras relation till varandra. En av de viktigaste frågorna i vetenskapligt arbete gäller hur väl översättningen

<sup>72</sup> Icopal, *Icopals Historia*.

[http://www.icopal.se/Icopal\\_se/Icopal\\_se.nsf/0/A741E8664603AAF3C1256DBF0048E54D](http://www.icopal.se/Icopal_se/Icopal_se.nsf/0/A741E8664603AAF3C1256DBF0048E54D) , 2005-11-18

<sup>73</sup> Jan Trost, *Enkätboken* (Lund: Studentlitteratur, 2001), 61.

<sup>74</sup> Conny Svenning, *Metodboken* (Lorentz förlag, 1996), 62

mellan de teoretiska och empiriska delarna stämmer överens. Utformningen av studiens delar måste därmed vara giltiga med varandra för att inre validitet ska uppnås.<sup>75</sup>

Yttre validitet handlar om projektet som en helhet, om möjligheterna till generalisering utifrån en specifik studie. En hög yttre giltighet innebär att man kan dra slutsatser ur en specifik studie, som visar på att det även är så i andra fall.<sup>76</sup>

Det är viktigt att man ställer frågor som är relevanta för själva studien, då får man också svar som är relevanta för undersökningen, i och med det har man en hög grad av validitet. Därför är det viktigt att man inte svävar ut och ställer alldeles för ostrukturerade frågor.

#### 5.4.2 Reliabilitet

Med reliabilitet menar man pålitlighet hos en mätning, att den är stabil och inte utsatt för slumpmässiga resultat. En undersökning får större pålitlighet om samma begrepp och frågeställningar rörande samma företeelse ger likartade resultat. Detta brukar kallas för input-output-modellen. För att man ska kunna säga att en studie är tillförlitlig, ska en annan forskare kunna göra samma undersökning och få samma resultat.<sup>77</sup>

Vid kvalitativa undersökningar kan det vara svårt att uppnå hög reliabilitet då undersökningarna oftast är öppna och ostrukturerade. Reliabiliteten i en undersökning kan påverkas av olika slumpmässiga egenskaper. Gör man en muntlig undersökning kan tonfall eller minspel medföra en förändring av respondentens svar. Buller, besök eller andra störningsmoment kan leda till avvikelser i undersökningen, om den sker i en ostandardiserad miljö. Därför ska man försöka att genomföra mätningen eller undersökningen i en så standardiserad miljö som möjligt, t ex ett ostört konferensrum.<sup>78</sup>

### 5.5 Trovärdighet i studien

Som undersökare är det viktigt att hela tiden reflektera över kvaliteten vid datainsamling och analys. Därför har vi låtit andra utomstående läsa igenom uppsatsen och kritiskt granska vår insamlade litteratur och de teorier som vi kommit fram till under skrivandets gång. För att säkerställa hög validitet och reliabilitet så har en så stor mängd litteratur som möjligt använts. Det är viktigt för att säkerställa att de inre delarna i uppsatsen är relevanta i förhållande till varandra, det har vi säkrat genom att låta vår handledare kontinuerligt läsa igenom uppsatsen. Kommunikationsmodellen är utvecklad utifrån teorin och inrymmer de begrepp som den är avsedd att göra och svarar därmed på uppsatsens syfte. Modellen har sedan granskats av handledaren innan vi genomförde workshopen. Eftersom vi först presenterade modellen för deltagarna och sedan diskuterade den tillsammans, säkerställde detta validiteten och reflektioner som inte var avsedda för studien togs därmed aldrig upp. Vid en kvalitativ undersökning kan det vara svårt att uppnå hög reliabilitet. Buller och oplanerade besök är störningsmoment som kan förändra respondentens svar. Därför valde vi att genomföra workshopen i en standardiserad lokal, ett konferensrum där ingen kunde störa oss. Vi var sex personer under workshopen, fyra deltagare från Icopal och vi två. Det tyckte vi var för lite till en början, men eftersom vi ville ha en diskussion som baserades på vår modell och

<sup>75</sup> Karl Erik Rosengren & Peter Arvidsson, *Sociologisk metodik*, 4:e upplagan. (Almqvist & Wiksell Förlag AB, 1992)

<sup>76</sup> Conny Svenning, *Metodboken* (Lorentz förlag, 1996)

<sup>77</sup> Conny Svenning, *Metodboken* (Lorentz förlag, 1996)

<sup>78</sup> Karl Erik Rosengren & Peter Arvidsson, *Sociologisk metodik* (Almqvist & Wiksell Förlag AB, 1992)

utvärderingsguide, ansåg vi att det räckte med det antalet deltagare. En diskussion med för många deltagare finns risken för att man svävar ut för mycket, därför tyckte vi det var bättre att välja ut några kompetenta personer. För att hela tiden bestyrka kvaliteten i vår studie, reflekterar vi ständigt kring begreppen reliabilitet och validitet.

## **5.6 Workshop – Resultat**

Nedan kommer vi att presentera de resultat som framkommit genom workshopen. Resultaten utgör en sammanfattning av de diskussioner gruppen fört samt de synpunkter varje enskild deltagare framfört. Vi har valt att sammanfatta resultaten för att försöka skapa en bra kärna kring det viktigaste i diskussionerna och för att undvika att presentera dem i enstaka meningar. Ett mer direkt resultat av det som framkom av diskussionerna bifogas i en separat bilaga.

### **5.6.1 Internkommunikation**

Inledningsvis för att skapa en diskussion om modellen bad vi deltagarna att beskriva deras syn på internkommunikation inom Icopal. Syftet med detta var att föra in tankarna på den dagliga användningen av e-post mediet. Inom gruppen var bilden av internkommunikation delad, efter en liten diskussion samstämde alla in på en metaforisk förklaring. De likställde andningens betydelse för människan med internkommunikationen på företaget. Utan andning dör människan p g a att syretillförseln till hjärnan stryps vilket leder till att kroppen slutar att fungera. Samma funktion har internkommunikationen för företaget. Slutar man kommunicera inom organisationen upphör först de formella delarna inom organisationen och till sist de informella att fungera. Vidare menade de att internkommunikationen har till funktion att vara upplysande och verka objektivt inom alla områden. Den ska inte kläs i för svåra ord utan presenteras i enkla och lättförståeliga termer så att alla berörda kan ta del av den.

### **5.6.2 Sändare/Mottagare**

Vid genomgången av sändare/mottagare entiteten framkom att deltagarna kunde identifiera sig som både sändare och mottagare i kommunikationsprocessen. Dock menade de att detta styrs av vilken typ av meddelande som de ämnar att sända. Samtidigt uppskattade de att merparten av e-posten de skickar är avsedd för att besvaras så modellen speglade verkligheten på ett realistiskt sätt. En intressant punkt som dök upp under diskussionens gång var hur man skulle ställa sig till vidarebefordrande av meddelande i modellen. När man utför vidarebefordring av meddelande är man både mottagare och sändare då? Eller är man en mottagare med en indirekt roll som sändare? Någon direkt lösning eller korrekt bild av "problemet" framkom ej, dock ansåg deltagarna att det är en tolkningsfråga.

### **5.6.3 Meddelande**

Idéer och tankar som framkom kring meddelande befäste i första hand att meddelandet är det som sänds i kommunikationsprocessen. De menade på att det kan utgöras av filer, text, bilder med mera. Samtidigt gav de bilden av att ett meddelande är något flexibelt som kan utgöra ett arbetsunderlag. Det kan laddas ner och bearbetas i andra program t ex Word och Excel. Vidare ansåg de även att det är informationen, alltså innehållet i meddelandet som befäster vilken typ av meddelande som sänds.



### 5.6.4 Resurser

Vad det gällde resurser ansåg gruppen att detta fält speglar hela processen. Den inverkar på alla steg från människans inre, hans påverkan på kodningen, utformning av meddelande och val av e-post medium osv. Det var även någon som gick så långt och menade att det vi benämner resurser utgör förutsättningen för att överhuvudtaget vara kapabel att formulera, skicka och avkoda meddelande.

### 5.6.5 Kontext

Alla var överens att kontexten på något sätt påverkar kommunikationen, men fastslog också att detta i stort är en individuell fråga. Den naturliga omgivningen på företaget är något man anpassar sig till i alla arbetsmoment, även rörande kommunikationsmönster. De menade att man ständigt befinner sig i olika situationer beroende på arbetsmoment och att det är situationen som har störst inverkan på kommunikationen. Stress i form av saker som ska utföras snabbt påverkar kodningsmomentet, i allt från mindre igenomtänkta meningsval till att helt glömma bort saker. Inverkan på avkodningen är i stort sätt samma, dock omvänt, att man istället inte förstår eller kan uppfatta betydelsen.

### 5.6.6 Störning

Lättast för gruppen var att urskilja tekniska störningar såsom virus, maskar, nätverksfel, elavbrott. Störningar av semantisk art hade de svårare att återkoppla till. En intressant punkt som framkom som kan utgöra följderna av semantisk störning är ett bollande av meddelande fram och tillbaka mellan sändare och mottagare. Detta sker enligt dem av oklarheter i meddelandet vilket gör dem tvungna att skicka tillbaka för att den ursprungliga sändaren formulerat sig diffust. De ville efterlikna detta fenomen som en blandning av information overload och ”intern spam”. Vidare fann de även en störning i att det ligger flera obesvarade e-post i inboxen, vilket kan utgöra en stressfaktor som indirekt påverkar både kodning och avkodning.

Den störning som deltagarna i störst grad ansåg påverka kommunikationen var störningar ifrån kontexten. Med detta menade de sorl, höga ljud, spring, störande personer etc. Fortsatt påpekade de även att detta beroende av var och hur ens arbetsplats är utformad och placerad. På de avdelningar som är utformade enligt kontorslandskap är inverkan av denna störning störst medan avdelningar där enskilda rum utgör arbetsplatsen förekommer det i mindre grad.

### 5.6.7 Kodning/Avkodning

Efter diskussionen kring fälten kodning och avkodning beslöt vi att i workshopen slå samman områdena, för att de kräver likvärdig tanke och handlings gång.

Vad som framkom var att all kodning och avkodning är personlig och styrs av personligheten som sändaren besitter. På frågan om formulering så menade gruppen att sändarens personlighet speglas i ordval, meningsbyggnad. Kodningen styrs även av vem man ska skicka till och vad. Är det ett informellt ärende till någon man har en vänskaplig relation blir kodningen enkel och personlig. Rör det sig om ett informellt meddelande till en person som man inte känner blir formuleringen mer formell och noggrann. Gäller det ett formellt ärende

till överordnad sker kodningen efter mall eller gemensam standard.

I avkodnings fasen fann man att upplägget på meddelandet är av betydelse. Ett enkelt upplägg innehåller oftast enkelt språk som är lättare att förstå. Detta kräver även mindre tid vid avkodning och man förstår lättare informationens betydelse. Längre information kräver logiskt längre tid att avkoda. Är det också formulerat med stor personlig prägel eller komplex uppbyggnad kräver det länge tid och större bearbetning. Följden av detta har presenterats under störningar.

Sammanfattningsvis såg gruppen både kodning och avkodning som en egen process i kommunikationsprocessen. De menade att handlingen som kodning och avkodning innefattar sker både medveten och omedveten.

### **5.6.8 Medium**

Uppfattningen som gruppen hade av medium, som i det här sammanhanget utgörs av e-postmediet är att det i första hand är ett arbetsredskap. Syftet är att på ett enkelt och smidigt sätt underlätta kommunikation som tidigare innefattade att man var tvungen att gå från en avdelning till en annan för att t ex överlämna ett dokument eller dela ut internpost.

### **5.6.9 Meddelande i tid och rum**

Idén om att e-post är oberoende av tid och rum var en självklarhet för vissa och en ny infallsvinkel för andra. Lagringen av e-post ansåg de också kunna utgöra en förlängning av minnet. Den rumsliga aspekten utgjorde den främsta egenskapen hos e-post och också argumentet för användning av e-post mediet.

### **5.6.10 Intryck av modellen som helhet**

Överlag fann deltagarna i workshopen modellen som en realistisk spegling av verkligheten. Den beskriver kommunikationsprocessen på ett lätt sätt när man väl blir medveten om vad varje fält och entiteter inbegriper. En av deltagarna i workshopen påpekade även att man skulle kunna tillämpa modellen på andra kommunikationsformer än e-post. Med en liten ändring av modellen skulle den lika bra kunna fungera på muntlig kommunikation. Tids och rums aspekten skulle då vara lika, eftersom man befinner sig i samma tid och rum när man pratar med varandra. En ytterligare aspekt som gruppen tog upp var hur modellen skulle fungera vid utskick till fler än en mottagare. Fortsatt spekulerades även vilken inverkan pc vana har för att veta hur man överhuvudtaget ska kommunicera genom e-post. E-post mediet förutsätter att man besitter någon form av teknisk kunskap. Intressant var även att deltagarna tolkar att utvecklingen är på väg att urholka vårt vanliga språk. Detta leder enligt dem till att människor inte förstår varandra, vilket i sin tur leder till onödig kommunikation. Man menar även att den skriftliga kommunikationen går mer och mer över till något som liknar vårt talspråk, man är inte längre så noggrann med det skrivna ordet, som man var förr. Något som även uppmärksammades var dubbel pilarna i avkodningsprocessen till meddelandet. Detta illustreras väldigt bra enligt deltagarna vilket mynnade ut i att man snabbt förstod att det handlar om att man kan gå tillbaka och läser om meddelandet gång på gång.

Till sist vill vi även framhäva den metafor som en deltagare uttryckte under workshopens gång som enligt oss är en utmärkt beskrivning på e-post kommunikation utifrån vår modell:

*E-post kommunikation kan likställas med bordtennis där bordet symboliserar mediet, slagen utgör kodning och avkodning samt bollen är meddelandet som går fram och tillbaka över nätet mellan "sändare" och "mottagare".*

## 6 Analys & Diskussion

*I det här kapitlet följer en analys och diskussion utifrån den frågeställning som vi preciserade i det inledande kapitlet. Diskussionen rör tankar och resultat kring design och funktionalitet som ska ligga till grund för slutsatsen som presenteras i det avslutande kapitlet.*

### 6.1 Angreppssätt

Nedan kommer vi att analysera modellen utifrån de resultat vi erhållit från workshopen. För att återknyta analysen till vår frågeställning (Hur ska en kommunikationsmodell vara utformad för att kunna tillämpas som ett analysverktyg på e-postkommunikation?) har vi valt att utgå ifrån aspekterna design och funktion. Vår mening med analysen är inte att besvara frågeställningen rakt av utan att klargöra för hur väl modellen är förankrad i verkligheten och om den kan utgöra ett fungerande underlag för analys av e-postkommunikation. För att göra detta kommer varje enskild entitet att behandlas och diskuteras i termer kring fördelar och avvikelser. Vi tar inte upp några nackdelar då vi menar att ingenting är fel utan benämner alternativa problem eller frågetecken som avvikelser.

#### 6.1.1 Sändare/Mottagare

Utifrån de resultat som framkommit genom utvärdering har det framgått att styrkan i Sändare/Mottagare entiteterna ligger i att vi enkelt kan identifiera oss med dem och på så sätt kan bilda oss en förståelse hur de fungerar och varför de är placerade som de är i modellen. Den största faktorn till denna igenkänning enligt oss är att vi alla dagligen befinner oss i rollen som antingen sändare eller mottagare. Vidare ser vi även Sändare/Mottagare entiteterna som de mest naturliga utgångslägena i modellen. Det är utifrån sändarens initiativ och handling som hela kommunikationsprocessen tar form. Ett e-post meddelande kan inte skapa sig själv, utan kräver sändarens initiativ och handling för att bli verklighet. Samtidigt är det viktigt att betrakta oss som både sändare och mottagare, det är genom mottagaren som kommunikationen fullgörs och det är genom hans initiativ till att besvara meddelandet som växlingen av roller sker.

#### 6.1.2 Resurser

Med utgångspunkt i workshopen är resurserna av betydelse för kommunikationsprocessen. Resurserna befäster hur vi är, vad vi har för kunskap vilket påverkar hur vi agerar när vi kommunicerar och hur vi kodar samt avkodar informationen i meddelande. Det som är svårt att definiera är hur stor betydelse resurserna har för kommunikationen. Utgår man ifrån att både sändare och mottagare har totalt olika kulturella bakgrunder och till stor del olika kunskaper så kan detta ha väldigt stor inverkan på kommunikationen. I första hand hade detta avspeglat sig på att de inte skulle ha förstått varandra då t ex de kommunicerar med olika språk. Har man däremot samma kunskapsnivå men med en bredare förståelse för andra kulturer skulle resurserna få mindre inverkan men samtidigt skulle det kanske uppstå språkförbistringar p g a att ett ord kan ha en betydelse i en kultur och en betydelse i en annan. Men befinner sig både sändare och mottagare på samma nivå alltså har likvärdiga resurser som är fallet i vår workshop så påverkar resurserna på ett annat sätt. Båda förstår varandra men skillnader återfinns istället i formuleringen eller val av ordföljd etc.

### 6.1.3 Kontext

Med hänsyn till de resultat vi erhållit genom utvärderingen av modellen anser vi att kontexten har en stark påverkan på kommunikationen men hur stor är svårt att definiera. Kontexten som sändare och mottagare befinner sig i är oftast i skiftande art. Alla kontexter är unika på det sätt att de påverkar olika mycket på olika kommunikationsprocesser. Men hur mycket en kontext påverkar är starkt beroende av de resurser som sändaren eller mottagaren besitter. Alla människor är olika och påverkas olika mycket av olika kontexter. Vissa kan agera starkt på en kontext medan den har obetydlig påverkan på andra. Samtidigt kan kontexten skifta skepnad under kommunikationens gång vilket gör att den inte är ett beständigt fenomen med en oförändrad påverkande grad.

### 6.1.4 Meddelande

Ett meddelande ska endast betraktas som det som överförs i kommunikationsprocessen. Någon större vikt ska inte läggas vad det egentligen är, utan det viktiga är vad det innehåller. Dock kan man om man vill betrakta ett e-post meddelande som en flexibel budbärare, som kan innehålla text, bilder, filer eller en kombination av alla tre. Valmöjligheterna är inte oändliga men lär utökas med utvecklingens framfart. Utifrån ett företags synsätt är ett e-postmeddelande ett arbetsunderlag som är till för att bearbetas eller informera alla eller den enskilde. Vi ser inte meddelandet som ett arbetsunderlag utan menar att det är innehållet som utgör arbetsunderlaget. Är det en fil som utgör meddelandet är det innehållet i filen som utgör arbetsunderlaget. Vad som styr vilken typ av meddelande som sänds bestäms av innehållet. Innehållet är en produkt av kodningen, resurserna, kontexten och initiativet till kommunikationen. Det är därför som innehållet är så viktigt.

### 6.1.5 Kodning/Avkodning

Att formulera ett innehåll i ett meddelande sker olika av olika människor. Det samma gäller vid avkodningens betydelser i texter. Alla människor är unika och besitter olika egenskaper för hur de utför och handlar vid kodnings- och avkodningsprocessen. Som framkom av workshopen är både kodningen och avkodningen medvetna och omedvetna processer. Vad som gör processerna mer medvetna än omedvetna är enligt oss beroende på vad som skall sändas (innehållet) och till vem man sänder. Respektive hur meddelandet är strukturerat och formulerat. Är det något viktigt eller ett formellt ärende blir processen mer medveten p g a att man lägger ner större kraft på att formulera sig. Medan man i ett personligt, informellt meddelande oftast bara skriver vad man ämnar utan att tänka i större drag på hur man formulerar sig. Vid avkodning gäller att processen blir mer medvetande vid invecklad, ostrukturerad eller lång text där det krävs en längre förhandlingsgång. Samtidigt som man vid enkla små välstrukturerade meddelanden endast läser igenom texten utan att behöva lägga någon längre tankegång på vad man läst.

### 6.1.6 Störning

Målet med att symbolisera störningar i två nivåer var att visa på både mänskliga och tekniska problem som kan uppstå inom kommunikationsprocessen. Genom workshopen framkom att den störning som enklast gick att identifiera sig med var de tekniska. Tekniska problem har en stor påverkan på e-postkommunikation när de uppstår. Men det är fel och säga att alla

störningar som uppkommer grundar sig i det tekniska. Varför många människor tror detta, enligt oss är att de flesta problem som människor stöter på med datorer överlag är just tekniska. Samtidigt tror vi även att det är svårare att se semantiska problem som störningar då man i regel kan avläsa informationen ändå genom att tillämpa logik eller andra hjälpmedel. Vad som också var intressant som diskuterades i workshopen var störningar utifrån kontexten. Kontexten är inte enbart en faktor vilket påverkar kodningen och avkodningen utan kan även ses som en extern störning som både indirekt och direkt på kommunikationsprocessen.

### **6.1.7 Medium**

Mediet i det här fallet utgörs av e-post. Själva målet med denna entitet var att den endast skulle symbolisera det verktyg genom vilket meddelandet skickades genom. Meningen var inte en beskrivning av det tekniska eller specifikationer för enskilda e-postprogram. Vad som går att diskutera är syftet med mediet. Inom ett företag betraktas det som ett arbetsverktyg som är till för att underlätta arbetet. Dess främsta uppgift är att ersätta dokumentflödet av papper som existerat på en mängd företag i form av t ex internpost. Företag tillämpar det för att det är snabbt samt ej så tidskrävande som att ringa eller söka upp personen ifråga. Ser man på syftet hos en privatperson kan det utgöra en mängd saker och användningsområdet kan vara ganska spritt.

### **6.1.8 Meddelande i tid och rum**

Begreppen som vi benämner det tidsliga och rumsliga utgör det som skall karakterisera e-postkommunikationen. Resultatet utifrån workshopen gav olika reflektioner kring detta. Det tidsliga som kopplas samman med lagring, ansågs som en naturlig del i användandet av e-post. Men samtidigt besitter olika medium olika distansering i tiden och allt beror i slutändan på omständigheterna kring meddelandets vara eller icke vara. Lagringen utgör en valfrihet som möjliggör att e-posten blir varaktighet i tiden. Det är enligt oss därav som den kan betraktas som en förlängning av minnet, men även utgöra ett konkret bevis på något som man kan gå tillbaka och använda igen. Det rumsliga gör det möjligt att sända meddelande till fler än en mottagare, i fallet med företaget är det huvudanledningen till att de använder e-post då det binder samman de olika platserna oavsett avstånd. En styrka kring just e-post är dess oberoende av rum som den passerar med hög hastighet.

### **6.1.9 Det cirkulära synsättet - helheten**

Med hänsyn till de resultat vi erhållit genom workshopen av modellens helhetsintryck så har det framgått ganska klart att man kan illustrera en e-postbaserad kommunikationsprocess som cirkulär utan att möta något större ifrågasättande. Synen på kommunikation idag genom alla medier som finns tillgängliga har gjort att man kan frångå det traditionella linjära synsättet vid analys av e-postbaserad kommunikation. Dagens e-postkommunikation betraktas mer och mer som en process som efterliknar tvåvägskommunikation. Fördelar som framkommit genom att betrakta kommunikation som cirkulär bygger i första hand på att man lyfter fram en infallsvinkel som frångår den klassiska synen på kommunikationsprocessen. Vidare undviker man även att förkunna modellen som ett medel för att mäta effekten av kommunikationen som de flesta linjära modeller framhäver som viktigt. Kommunikation kan förekomma bara för att man har ett behov av att bli hörd, uppmärksammas inte för att ändra eller upplysa mottagarens medvetande. Modellens cirkulära flöde ger utrymme för en kommunikationsprocess där återkopplingen utgör en valfrihet. Denna valfrihet påverkas av

sändarens syfte men utgör samtidigt inget hinder för mottagaren att besvara meddelandet ändå och på så sätt skapa en process som efterliknar tvåvägskommunikation.

## 7 Slutsats

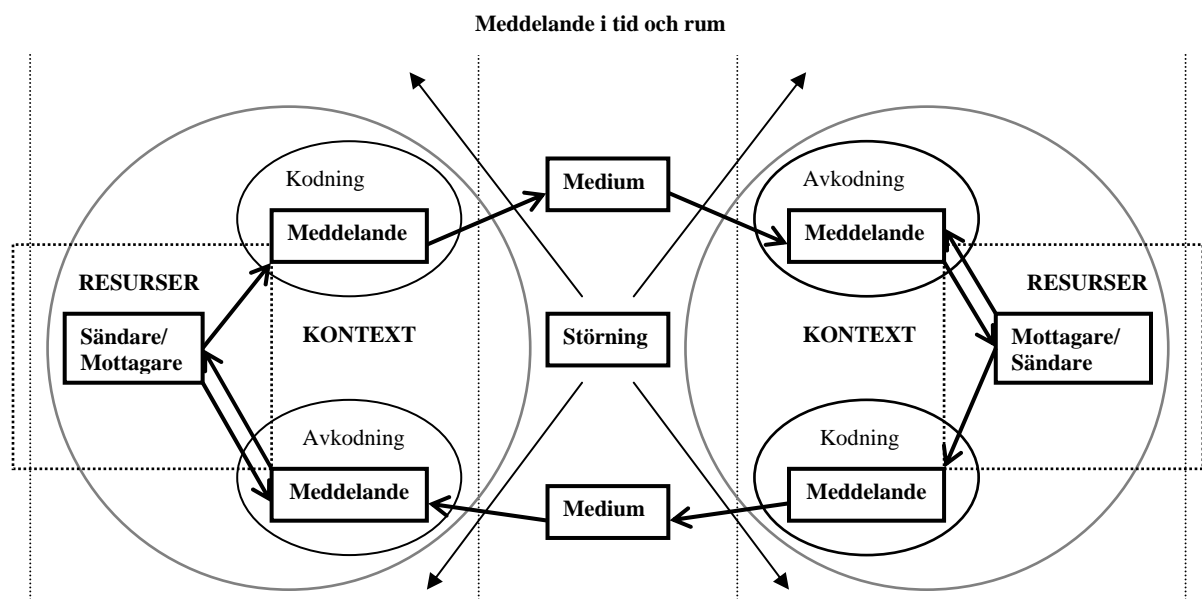
I detta avslutande kapitel börjar vi med att klargöra för syftet med studien, detta följs av en kort presentation av modellen. I modellen lägger vi sedan fram de slutsatser som vi dragit för att besvara frågeställningen.

Avsikten med den här studien var att utforma och evaluera en kommunikationsmodell som skulle ligga till grund för analysering av e-post kommunikation. För att möjliggöra detta utformade vi en frågeställning där vi ringade in problemområdet. Frågeställningen löd följande:

- Hur ska en kommunikationsmodell vara utformad för att kunna tillämpas som ett analysverktyg på e-post kommunikation?

För att besvara frågeställningen utvecklade vi en kommunikationsmodell utifrån existerande kommunikationsteorier som vi presenterade i teorikapitlet. Vidare skapade vi en utvärderingsguide för att på ett systematiskt sätt utvärdera modellen i en workshop.

### 7.1 Kommunikationsmodellen



Figur 11 Kommunikationsmodellen

#### 7.1.1 Sändare/Mottagare

Sändaren och Mottagaren utgör en och samma entitet, vilken roll man befinner sig i är beroende på hur kommunikationen ser ut. Allt eftersom informationen växlar, växlar också rollerna. Det som utmärker denna entitet är dess förmåga att man på ett enkelt sätt kan **identifiera** sig med den och därigenom skapa en förståelse för dess funktion.



### 7.1.2 Resurser

Resurser benämner vi de erfarenheter, normer, kunskaper vilka tillsammans bildar den värdegrund och kulturella bakgrund som vi lever efter. Resurser är de fenomen vilket vi utgår ifrån när vi handlar och reagerar på saker. Det specifika med resurserna är att de utgör **förutsättningen** för kommunikationen. Processen att vilja kommunicera utgår ifrån människans initiativ och bygger på att vi kan uttrycka, formulera och tolka med hjälp av våra resurser.

### 7.1.3 Kontext

Kontexten representerar den miljö och omgivning som sändare respektive mottagare befinner sig i vid kommunikationstillfället. Kontexten påverkar hur meddelandet kodas, avkodas, skickas och tas emot. Det som karakteriserar kontexten är den **variation av skepnader** som den tar, sändare och mottagare befinner sig oftast i två olika kontexter. Graden av påverkan som kontexten har är en individuell fråga som är beroende av kontextens natur.

### 7.1.4 Kodning

Kodning innefattar processen att formulera budskapet i meddelandet för att få mottagaren medveten om vad man vill. Kodning är hur vi tillämpar de resurser som vi har för att uttrycka vad man vill genom kommunikationen. Det som kännetecknar kodningen är att den **stys av personligheten** som varje individ besitter. Den påverkas även av **vilken typ** av meddelande och **till vem** man ämnar sända meddelandet till. Vi konstaterade även att kodning utgör en process som både sker **medvetet och omedvetet**. Graden av medvetenhet vid kodning är svår att precisera men påverkas indirekt av vem man sänder till och vad, genom att det krävs olika mängd av kraft och resurser att formulera olika typer av meddelande.

### 7.1.5 Meddelande

Meddelandet är det underlag där budskapet formuleras i. Dess funktion är att innehålla den betydelse som ska överföras från sändaren till mottagaren. Vad som fastställts kring meddelande är att man kan ha olika syn på dess **funktion** beroende av dess **innehåll**. På ett företag ser man ett meddelande oftast som ett arbetsunderlag medan den övriga synen utgör en kombination av både arbetsunderlag och vanlig korrespondens.

### 7.1.6 Medium

För att skicka ett meddelande krävs det något tekniskt eller fysiskt medium som omvandlar meddelandet till en signal. Ett medium är alltså ett verktyg för sändning av meddelande. I vår modell utgörs detta medium av en e-postklient.

### 7.1.7 Störning

Det förekommer olika nivåer av störningar som inverkar på kommunikationen.  
Nivå 1 : Tekniskt brus, t ex virus, förvrängningar eller förhinder av e-postens leverans etc.  
Nivå 2 : Semantiskt brus, t ex att ett ord eller mening kan betyda två helt olika saker, beroende på vem som tolkar det. Det specifika angående störningar är att det som i första

hand uppmärksammas är de **tekniska problemen**. De flesta människor som kommunicerar med hjälp av e-post ser inte semantiska fel som störningar.

### 7.1.8 Avkodning

Avkodning innefattar processen av att förhandla sig fram till betydelsen i meddelandet. Vi har illustrerat avkodningsprocessen med dubbelpil i modellen för att tydliggöra att det är en förhandling mellan meddelandets information och mottagarens resurser. Det som utmärker avkodningen i likhet med kodningen är att **resurserna påverkar** om vi kan tolka innehållet i meddelandet. Utan rätt typ av resurser förstår inte personerna som kommunicerar med varandra. Vidare är även avkodning en process som sker både **medvetet och omedvetet**. Graden av medvetenhet är beroende på hur informationen i meddelandet ser ut och är formulerad. Långa och svårformulerade meddelanden kräver mer kraft och resurser att tolka alltså en högre grad av medvetenhet.

### 7.1.9 Meddelande i tid och rum

Innebär en möjlighet att överskrida de tidsliga och rumsliga gränserna. E-post kan sparas och läsas om av olika människor vid olika tillfällen efter det datum då det producerades. Det kan sändas såväl till nästa rum som till andra sidan jordklotet i nästan obegränsad mängd. Det specifika med e-post är att det är **oberoende av tid och rum**.

### 7.1.10 Det cirkulära synsättet – helheten

Genom att utgå ifrån att kommunikationsprocessen är cirkulär frångår man att kommunikationen måste ha en effekt på den man kommunicerar med. Kommunikationen kan vara ett medel för att bara göra sig hörd. Samtidigt utgör återkopplingen en valfrihet som ger kommunikationen en annan form, som mer och mer efterliknar dubbelriktad kommunikation. Det som utmärker det cirkulära är att det **frångår de klassiska och nuvarande modeller** som används vid analys av e-post kommunikation. Den e-postbaserade kommunikationsprocessen efterliknar och närmar sig mer och mer tvåvägskommunikation.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att vår modell utgör ett gångbart verktyg vid analys av e-postmedierad kommunikation. Vi har kunnat fastställa att alla våra entiteter som tillsammans utgör modellen speglar verkligheten på ett realistiskt sätt vilket utgör grunden för att verktyget ska fungera.

## Bilaga 1 – Resultat av workshopen

Här följer de kommentarer som vi fick in under workshopen. Vi väljer att presentera deltagarna som anonyma A, B, C, D.

### Internkommunikation

#### A

Internkommunikationen kan likställas med andningens betydelse för människan. Utan andningen dör människan på grund av att syretillförseln till hjärnan stryps, vilket leder till att kroppen slutar att fungera. Kommunicerar man inte med varandra upphör först de formella delarna och till sist de informella inom organisationen.

#### B

Internkommunikation skall vara upplysande och objektiv. Den skall inte uttryckas i för svåra ord utan presenteras i en enkel och lättförståelig form.

### Sändare/mottagare

#### A

Jag förstår hur ni menar och kan se mig själv som både sändare och mottagare när jag kommunicerar.

#### B

Hur sändare och mottagare rollerna växlar styrs av vilken information man ska sända.

#### D

En intressant punkt är hur man ska se på modellen om man vidarebefordrar ett meddelande. När man vidarebefordrar ett meddelande, är man både mottagare och sändare då? Eller är man kanske en mottagare med en indirekt roll som sändare?

### Meddelande

#### B

Meddelandet är ett arbetsredskap för filer, text och bilder som sänds.

#### C

Meddelandets innehåll kan laddas ned och bearbetas i andra program, t ex Word och Excel.

Meddelandet är något flexibelt som kan användas som ett arbetsunderlag.

### Resurser

#### B

Resurserna speglar hela kommunikationsprocessen. Den inverkar på alla steg, hur man påverkar kodningen och utformningen av meddelandet.

**C**

Man måste ha grundläggande resurser för att överhuvudtaget kunna kommunicera.

**Kontext****A, B, C, D**

Kontexten påverkar på något sätt kommunikationen, men det är en individuell fråga. Omgivningen på företaget är något man anpassar sig till. Man befinner sig ständigt i olika situationer beroende på vad man arbetar med.

**Störningar****D**

Störningar kan vara mycket irriterande. Det har hänt att kabelavbrott har orsakat att kommunikationen har legat nere under flera timmar. Senast hände detta vid lokaliseringen av elnätet för citytunneln.

**B**

När kommunikationen fungerar som bäst sker det utan hinder mellan olika geografiska delar av företaget.

**C**

Det ni kallar semantiskt brus är de oklarheter som ibland finns i meddelandena. Detta gör att man måste skicka om meddelandet på nytt och förklara sig ytterligare. När personer skickar onödiga meddelanden, som inte handlar om det dagliga arbetet kan det liknas vid Information overload och internt spam, dessa meddelanden fyller upp våra inboxar och tar onödig plats.

**A**

En störning kan vara att det ligger flera obesvarade e-post i inboxen, vilket kan utgöra en stressfaktor som indirekt påverkar både kodning och avkodning.

Det som jag ser som den enklaste störningen att identifiera är sorl, höga ljud, spring, störande personer etc. Men det skiljer sig en del beroende av var man sitter och arbetar. Sitter man i ett kontorslandskap är dessa störningar värre än om man sitter i ett enskilt kontorsrum.

**Kodning/Avkodning**

Kodningsmomentet styrs av personligheten i allt från mindre genomtänkta meningsval till att helt glömma bort saker. Avkodningen är i stort sätt samma sak, fast omvänt, att man kanske inte förstår eller kan uppfatta betydelsen.

Handlar det om ett formellt ärende till överordnad sker kodningen efter mall eller gemensam standard.

Ett enkelt upplägg innehåller oftast enkelt språk som är lättare att förstå, vilket gör att avkodningsprocessen går snabbare. Ett komplext språk däremot kräver en längre avkodningsprocess.

Kodnings- och avkodningshandlingen sker både medvetet och omedvetet.

## **Medium**

### **B**

E-post har förändrat internpostens roll inom företaget. Mediet utgör ett lätt sätt att kommunicera. Tidigare var man tvungen att gå från en avdelning till en annan för att t ex överlämna ett dokument eller dela ut internpost.

## **Meddelande i tid och rum**

### **A**

Lagringen av meddelandet är en bra ”minnesbank”, att man kan gå tillbaka och kontrollera.

## **Kommentarer kring helheten av modellen**

Intrycket av modellen är en bra spegling av verkligheten.

Man skulle kunna tillämpa modellen på andra kommunikationsformer än e-post. Med en liten ändring av modellen skulle den lika bra kunna fungera på muntlig kommunikation. Aspekten tid och rum skulle då vara lika, eftersom man befinner sig i samma tid och rum när man pratar med varandra.

Den skriftliga kommunikationen går mer och mer över till något som liknar vårt talspråk, man är inte längre så noggrann med det skrivna ordet som man var förr.

Dubbel pilarna i avkodningsprocessen till meddelandet speglar hur processen går till på ett naturligt sätt.

E-post kommunikation kan likställas med bordtennis där bordet symboliserar mediet, slagen utgör kodning och avkodning samt bollen är meddelandet som går fram och tillbaka över nätet mellan ”sändare” och ”mottagare”.

## Referenser

### Böcker

Abrahamsson, Bengt, & Jon, Aarum, Andersen. *Organisation – att beskriva och förstå organisation* Malmö: Liber AB, 2005.

Buckland, Michael. *Information and information systems*. Westport: CT: Praeger, 1991.

Dalfelt, Sara, Mats, Heide, & Charlotte, Simonsson. *Organisationskommunikation – ett forskningsfält på framväxt*. Lund: Sociologiska institutionen, Lunds universitet, 2001.

Edenius, Mats. *E-post – ett modernt dilemma* Stockholm: Nerenius & Santérus, 1997.

Falkheimer, Jesper. *Medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur, 2001.

Fiske, John. *Kommunikationsteorier – En introduktion*. Uppsala: Almqvist & Wiksell, 2003.

Goldhaber, Gerald. *Organizational Communication*. Dubuque Iowa: Brown and Benchmark, 1993.

Heide, Mats. *Intranät: en ny arena för kommunikation och lärande*. Lund: Sociologiska institutionen, Lunds universitet, 2002.

Hofstede, Geert. *Organisationer och kulturer – om interkulturell förståelse* Lund: Studentlitteratur, 1991.

Jacobsen, Dag, Ingvar, & Jan, Thorsvik. *Hur moderna organisationer fungerar : introduktion i organisation och ledarskap*. Lund : Studentlitteratur, 1998.

Larsson, Inger. *Kommunikationens villkor*. Lund: Studentlitteratur, 1995.

Larsson, Larsåke. *Tillämpad kommunikationsvetenskap* Lund: Studentlitteratur, 1997.

Morgan, Gareth, *Organisationsmetaforer*. Lund: Studentlitteratur, 1999.

Palme, Jacob. *Elektronisk post* Lund, Studentlitteratur, 1989.

Patel, Runa, & Bo, Davidsson, *Forskningsmetodikens grunder* (Lund: Studentlitteratur, 2003)

Putnam, Linda, & Michael, E., Pacanowsky. *Communication and Organizations; An Interpretive Approach*. Newbury Park: Sage Publications Inc, 1983.

Rosengren, Karl, Erik, & Peter, Arvidsson. *Sociologisk metodik* Almqvist & Wiksell Förlag AB, 1992.

Stohl, Chynthia, & Charles, Redding. *Messages and Messages Exchange Process* Norwood NJ: Ablex, 1988.

Svenning, Conny. *Metodboken*. Lorentz förlag, 1997.

Strid, Jan. *Internkommunikation inom organisationer, företag och myndigheter*. Lund: Studentlitteratur, 1999.

Trost, Jan. *Enkätboken* Lund: Studentlitteratur, 2001.

Trost, Jan. *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur, 1997.

Wallén, Göran. *Vetenskapsteori och forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur, 1993.

Pace, R, Wayne, & Don, Falues. *Organizational Communication*. Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall, 1994.

Windahl, Sven. *Kommunikationsmodeller* Lund: Studentlitteratur, 1972.

Windahl, Sven, & Dennis, McQuail. *Kommunikationsmodeller*. Lund: Studentlitteratur, 1978.

## Forskningsrapporter

Cartier Jennifer, John Rudolph & Jim Stewart. 2001. *The Nature and Structure of Scientific Models*. Madison, School of Education, University of Wisconsin-Madison, Wisconsin Center for Education Research.

Goldkuhl, Göran. 1994. *Välgrundad metodutveckling*. Linköping: Research report Linköpings Universitet.

## Elektroniska referenser

Frigg, Roman, & Stephan Hartmann. *Scientific Models*.  
[http://stephanhartmann.org/Hartmann\\_Models.pdf](http://stephanhartmann.org/Hartmann_Models.pdf) New York, 2005. (Hämtad: 2005-11-13)

Henriksson, Sten. *Information*.  
[http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i\\_art\\_id=211471&i\\_word=information](http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=211471&i_word=information). (Hämtad: 2005-11-10)

Icopal, *Icopals Historia*.  
[http://www.icopal.se/Icopal\\_se/Icopal\\_se.nsf/0/A741E8664603AAF3C1256DBF0048E54D](http://www.icopal.se/Icopal_se/Icopal_se.nsf/0/A741E8664603AAF3C1256DBF0048E54D).  
(Hämtad: 2005-11-18)

Palme, Jacob. *E-post*. [http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i\\_sect\\_id=163531](http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_sect_id=163531). (Hämtad: 2005-11-23)

Sandwall, Göran. , <http://www.thewebpoint.com/overload/printer/printer.html>. Relativt! Web-Marketing-Design, 2001. (Hämtad: 2005-12-03)