



LUNDS UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

Institutionen för informatik

Intranät 2.0 i IT-konsultbolag

En studie om hur IT-konsulter upplever att sociala funktioner på intranätet kan främja organisationstillhörighet

Kandidatuppsats 15 hp, kurs SYSK02 i informationssystem

Författare: Elias Nilsson
Marcus Wiktorsson

Handledare: Umberto Fiaccadori

Examinatorer: Odd Steen
Mirella Muhic

Intranät 2.0 i IT-konsultbolag: En studie om hur IT-konsulter upplever att sociala funktioner på intranätet kan främja organisationstillhörighet

Författare: Elias Nilsson och Marcus Wiktorsson

Utgivare: Inst. för informatik, Ekonomihögskolan, Lunds universitet

Dokumenttyp: Kandidatuppsats

Antal sidor: 49

Nyckelord: Intranät 2.0, Organisationstillhörighet, Socialt intranät, Kommunikation, IT-konsult

Sammanfattning:

För IT-konsulter, som spenderar mycket tid ute hos kund, är känslan av organisationstillhörighet inte självklar. Denna studie syftar därför till att undersöka hur en IT-konsult, som spenderar mycket tid ute hos kund, upplever att intranätets sociala funktioner kan främja organisationstillhörigheten den känner gentemot sitt konsultbolag. Studien har en kvalitativ ansats för att få en ökad förståelse om IT-konsultens upplevelser genom intranätet. Genom att intervjua fyra IT-konsulter med gemensam arbetssituation kommer studien att föra samman litteratur om kommunikation, organisationstillhörighet och intranät 2.0. Det presenterade resultatet visar på att intranät 2.0 upplevs vara positivt för att främja organisationstillhörighet, samt att vissa funktioner bidrar mer än andra.

Innehåll

1	Introduktion.....	1
1.1	Bakgrund	1
1.2	Problemområde.....	2
1.3	Forskningsfråga	3
1.4	Syfte.....	3
1.5	Avgränsningar	3
1.6	Definitioner.....	4
1.6.1	Intranät:	4
1.6.2	Intranät 2.0:	4
1.6.3	Organisationstillhörighet:.....	4
1.6.4	Kommunikation:.....	4
2	Litteraturgenomgång.....	5
2.1	Arbetsituation och Organisationstillhörighet	5
2.2	Intranät 2.0 och Kommunikation.....	6
2.2.1	Intranät	6
2.2.2	Det nya intranätet (Intranät 2.0)	7
2.2.3	Organisatoriska fördelar med socialt intranät	8
2.2.4	Kommunikation.....	9
2.2.5	Kommunikation genom intranät.....	10
2.3	Undersökningsmodell	12
3	Metod	13
3.1	Metod för datainsamling.....	13
3.2	Öppen intervju med strukturerade inslag.....	13
3.3	Kontext och Etik.....	14
3.4	Urval	15
3.5	Validitet och Reliabilitet.....	16
3.6	Transkribering av intervjuer	17
3.7	Litteraturinsamling	17
4	Resultat	18
4.1	Arbetsituation och organisationstillhörighet.....	18
4.2	Intranät 2.0 och Kommunikation.....	20

5	Analys och diskussion.....	23
5.1	Arbetsituation och Organisationstillhörighet.....	23
5.2	Intranät 2.0 och Kommunikation.....	24
5.2.1	Statusuppdatering.....	24
5.2.2	Direktmeddelande.....	25
5.2.3	Diskussionsforum.....	25
5.2.4	Profilsidor.....	25
5.2.5	Övrigt.....	26
6	Slutsats.....	27
7	Referenslista.....	28
8	Bilagor.....	30
8.1	Intervjuguide.....	30
8.2	Transkribering.....	31
8.2.1	Intervju 1.....	31
8.2.2	Intervju 2.....	35
8.2.3	Intervju 3.....	39
8.2.4	Intervju 4.....	41

Figurer

Figur 1: Intranät som skapar värde (Berg et al., 2015, s 53).....	7
Figur 2: The Johari Window: A Graphical Model of Awareness in Interpersonal Relations (Luft, 1984)	9
Figur 3: Vad, hur och varför: om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen (Jacobsen, 2002, s 163)	14

Tabeller

Tabell 1: Undersökningsmodell.....	12
Tabell 2: Urvalstabel.....	15
Tabell 3: Intervjupersoner	16
Tabell 5: Intervjuguide.....	30

1 Introduktion

I detta kapitel presenteras bakgrund, problemområde, frågeställning, syfte, definitioner och avgränsningar.

1.1 Bakgrund

Den snabba digitala transformeringen av vårt samhälle har i grunden förändrat många företags och organisationers förutsättningar för att skapa nya värden (Berg et al., 2015). För att kunna bemöta dessa förändringar, behöver företag förändra deras tillvägagångssätt när det gäller kundbemötande, hur de organiserar sig och framförallt hur de arbetar med digital teknik som hjälpverktyg (Berg et al., 2015).

Ett intranät kan beskrivas som ett nätverk i en organisation som använder teknologier från internet för att underlätta för användarna att hitta, använda och dela information (Stoney, 2003). Ett intranät är vanligtvis skyddat med hjälp en eller flera brandväggar som är anslutna till säkra och eventuellt virtuella nätverk (Stoney, 2003). Således är ett intranät inte begränsat av en fysisk plats vilket gör det möjligt för användarna att ha åtkomst till intranätet var som helst i världen (Stoney, 2003). Intranät kan ses som ett webbaserat informationssystem som har potential till att öka mängden, kvaliteten och hastigheten på det interna kommunikationsflödet i en organisation (Baptista et al., 2006).

Web 2.0 är en term som omfattar hela den nya generationens webbt teknologier (Creese, 2007). Karaktärsdragen för denna term är sammankoppling, flexibilitet och kommunikation och omfattar de nya funktioner och tjänster som idag används på webben. Web 2.0 är ett kraftfullt verktyg för att förbättra interaktion, nätverkande och medverkan på internet (Creese, 2007). Verktöget har blivit en symbol för en ny typ av kommunikation via internet som underlättar för organisationer att interagera på ett mer effektivt tillvägagångssätt. Exempel på teknologier som ingår i web 2.0 är bloggar, wikipages, forum och sociala nätverk i alla dess former. (Creese, 2007). Web 2.0 anses bli bättre genom att låta användare inte endast konsumera information utan även skapa och reagera med innehållet som finns tillgängligt (Creese, 2007).

Det sociala intranätet, även kallat intranät 2.0, bygger på web 2.0 (Tredinnick, 2006 refererad i Stenmark, 2008). Att ha ett socialt intranät är något som har blivit allt vanligare i svenska företag (Web Service Awards 2016). Intranätets tre huvudsyfte är kommunikation, att göra arbetet lättare för kollegor och att stödja organisationens behov (Intranätverk, 2013). Det sociala intranätets funktioner kan liknas vid de funktioner som de sociala medierna erbjuder (Ward, 2012). Toby Ward (2012) definierar det sociala intranätet på följande vis:

An intranet that features multiple social media tools for most or all employees to use as collaboration vehicles for sharing knowledge with other employees. A social intranet may feature blogs, wikis, discussion forums, social networking, or a combination of these or any other Web 2.0 (intranet 2.0) tool with at least some or limited exposure (optional) from the main intranet or portal home page.

Intranät 2.0 ger således företagens anställda en möjlighet att kommunicera på ett sätt som inte varit möjligt tidigare i traditionella intranät.

1.2 Problemområde

Konsulterkretsens arbetssituation utgör en komplexitet av många olika roller, relationer och situationer som gör att känslan av organisationstillhörighet inte blir lika självklar som i en vanlig anställningsform (Andersson, 2005). Ett flertal undersökningar har gjorts inom ämnet om konsulter mellan två företag. Ett exempel är Gunilla Olofsdotters (2008) studie om konsulter mellan sitt egna företag och kundföretaget samt om deras upplevda organisationstillhörighet. Organisationstillhörighet har definierats som den utsträckning en person accepterar och tror på organisationens värderingar och mål, viljan att arbeta hårt för organisationens bästa samt viljan om att vara en del av organisationen (Mowday et al, 1979). Organisationstillhörighet handlar inte enbart om att vara lojal, utan även om att vara beredd att göra uppoffringar för att kunna arbeta för organisationens bästa (Mowday et al, 1979).

En bidragande faktor till låg grad av lojalitet hos de anställda gentemot den egna organisationen kan förklaras genom avsaknad av tillhörighet och att det är svårt att identifiera sig med företaget eller kunden (Alvesson, 2000). Detta kan uppstå då det är vanligt att konsulten, i långa perioder, arbetar i projekt ute hos kund och på så sätt kan få en bättre kännedom om kundens företag än konsultens egna (Alvesson, 2000).

Konsulter arbetssituation kännetecknas av rörlighet mellan olika organisatoriska sfärer, och att jobba hos olika kundföretag kan göra det svårare att involveras i den sociala interaktionen med den egna organisationen (Olofsdotter, 2008). Detta kan dock bli bättre om kontakten med den egna organisationens kollegor förbättras (Olofsdotter, 2008).

Intranät underlättar kommunikation, interaktion och kunskapsutbyte och dess sociala funktioner förväntas påverka de nätverk som anställda är en del av, genom att förbättra relationer med medarbetare, samt föra dem närmare organisationen (Inkpen & Dinur, 1998; Herrell et al., 2010).

Således kan en konsults arbetssituation påverka organisationstillhörigheten till sitt egna konsultbolag, samtidigt kan intranät underlätta kommunikation, kunskapsutbyte och föra anställda närmare varandra. Detta leder därför fram till vår frågeställning vars syfte är att identifiera hur IT-konsulter upplever att olika sociala funktioner i ett intranät främjar en IT-konsults organisationstillhörighet till det egna konsultbolaget.

1.3 Forskningsfråga

Hur upplever IT-konsulter att de sociala funktionerna i intranät 2.0 främjar organisationstillhörigheten gentemot deras konsultbolag?

1.4 Syfte

Som nämnts i bakgrunden, finns tidigare forskning om organisationstillhörighet i konsultbolag. Forskning har även gjorts kring intranät 2.0 och dess kommunikativa egenskaper (Stenmark, 2008). Forskningen har däremot aldrig behandlat hur konsulter, och i synnerhet IT-konsulter, upplever att sociala intranätens funktioner kan främja känslan av organisationstillhörighet. Vår förhoppning med denna uppsats är därför att kunna bidra med kunskap om hur IT-konsulters användning av sociala funktioner kan göra att de upplever en ökad organisationstillhörighet. Detta hoppas vi kunna ge stöd åt IT-konsultbolag som vill förbättra sina konsulter känsla av tillhörighet till organisationen.

1.5 Avgränsningar

I denna uppsats kommer begreppet intranät 2.0 även att benämnas som det sociala intranätet. Dessa begrepp kommer att användas parallellt i hela uppsatsen och ska ses som synonymer med samma betydelse.

Då denna studie handlar om de sociala funktionerna på intranätet, samt att kommunikation är det huvudsakliga syftet för ett intranät, har vi valt att främst fokusera på de funktioner som är kommunikativa i den bemärkelsen att en användare kan interagera med en eller flera användare. Funktionerna vi valt att fokusera på är därför:

- Statusuppdateringar
- Diskussionsforum
- Direktmeddelande

Funktioner som vi valt att inte lägga större vikt vid:

- Bloggar
- Profilsidor
- Arbeta i virtuella arbetsrum

Vi valde bort det virtuella arbetsrummet då vi fokuserar på externa konsulter och drog slutsatsen att konsulter som är på ute på olika uppdrag, hos olika kunder, inte arbetar i samma projekt och på så vis inte behöver ett gemensamt arbetsrum.

Vi valde att inte prioritera bloggar och profilsidor då vi anser att dessa funktioner i sig inte är en kommunikativ funktion mellan två eller fler medarbetare. I bloggfunktionen är det möjligheten att kommentera innehåll som bidrar med kommunikation och möjligheten att kommentera innehåll tas upp i funktionerna diskussionsforum och statusuppdateringar.

1.6 Definitioner

1.6.1 *Intranät:*

Ett intranät är ett slutet nätverk i en organisation som använder teknologier från internet för att underlätta för användarna att hitta, använda och dela information (Stoney, 2003).

1.6.2 *Intranät 2.0:*

Ett intranät som har flera sociala funktioner som anställda kan använda för att dela information med varandra. Intranätet kan innehålla funktioner som bloggar, wikis och diskussionsforum.(Ward, 2012).

1.6.3 *Organisationstillhörighet:*

Organisationstillhörighet har definierats som den utsträckning en person accepterar och tror på organisationens värderingar och mål, viljan att arbeta hårt för organisationens bästa samt viljan om att vara en del av organisationen (Mowday et al, 1979).

1.6.4 *Kommunikation:*

Kommunikation definieras som en typ av interaktionsprocess som äger rum mellan två eller flera människor där målet är att ett innehåll ska bli gemensamt (Heide et al., 2012).

2 Litteraturgenomgång

I detta kapitel presenteras den litteratur som ligger till grund för studien. Detta leder till en undersökningsmodell som använts vid skapandet av intervjufrågorna som senare ligger till grund för den empiriska studien.

2.1 Arbetsituation och Organisationstillhörighet

Forskning har gjort kring konsulter arbetsituation mellan två organisationer. Olofsdotter (2008) beskriver en konsults arbetsituation som något som kännetecknas av rörlighet mellan organisatoriska sfärer. Anställningsförhållandena för en konsult innebär att de är anställda av ett företag men att de arbetar i kundföretagets lokaler (Olofsdotter, 2008). I en annan studie av Olofsdotter och Augustsson (2008) analyseras det faktum att konsulter arbetar nära personal i kundföretagen och att de då måste alternera mellan att uppleva sig och behandlas som en främling eller en outsider. Studien visar att konsulterna som arbetar under dessa komplexa villkor måste ha en förmåga att kunna växla mellan avstånd och närhet i rummet, samt likgiltighet och engagemang i de sociala interaktionerna. Detta kan i förlängningen bidra med lägre lojalitet bland konsulterna på grund av avsaknad av tillhörighet till, samt svårighet i att identifiera sig med, konsultbolaget eller kundföretaget (Alvesson, 2000). I studien *Organisationsengagemang* beskriver en av de tillfrågade respondenterna att det fysiska avståndet mellan konsult och konsultbolaget påverkar känslorna till konsultbolaget och i synnerhet om det rör sig om längre uppdrag hos kund (Hedberg & Nilsson, 2000).

Hedberg och Nilsson (2000) har gjort en studie i syfte att studera och analysera individers organisationsengagemang i en arbetsituation där individer arbetar merparten av tiden hos kund. Studien undersöker konsulter som tillbringat mer än 75 % av arbetstiden hos kund. Resultatet i studien mynnade ut i ett antal förutsättningar som kan påverka en konsults benägenhet att engagera sig för organisationen.

För att en konsult ska känna sig delaktig i organisationen så är det viktigt att känna att arbetsinsatsen betyder något för företaget. Detta kan uppnås genom belöningsystem och resultatbonusar. (Hedberg & Nilsson, 2000).

En annan viktig aspekt är att konsulterna är att ha en frekvent kontakt med företaget och på så sätt träffa arbetskamrater och känna sig delaktiga i vad som händer på kontoret. Att träffas och arbeta i projekt kan underlätta för konsulterna att känna lagkänsla och tillhörighet med företaget. Det kan därigenom skapas en "vi-känsla" i företaget, vilket i sin tur kan få konsulten att identifiera sig med och engagera sig mer i organisationen. (Hedberg & Nilsson, 2000)

Hedberg och Nilsson (2000) visar även på att det är viktigt att det finns ett bra informationssystem som kan ge konsulterna fullständig och snabb information om vad som händer på företaget. Detta eftersom de arbetar ute hos kund och då informationen skapar en känsla av delaktighet och ökat engagemang för organisationen. (Hedberg & Nilsson, 2000)

Slutligen förklarar Hedberg och Nilsson (2000) att sociala aktiviteter bidrar till sammanhållning och tillhörighet mellan konsulterna och de menar att dessa aktiviteter påverkar anställdas beteenden i organisationen positivt.

Lumley et al., (2011) gjorde en studie för att undersöka relationen mellan anställdas arbetsglädje och organisatoriska engagemang. Studien utfördes på 86 anställda på 4 olika IT-bolag i Sydafrika. De definierar organisatoriskt engagemang genom något som karakteriseras av stark identifikation till organisationen och viljan att bidra med att uppnå organisatoriska mål, vilket stämmer överens med vår bild av hur organisationstillhörighet definieras.

Lumley et al., (2011) har valt att grunda sin undersökning på Meyer och Allens modell *Three-component of organisational commitment*. Enligt Meyer och Allen delas den anställdes engagemang till organisationen in i tre delar, *Affective*, *Continuance* och *normative commitment* (Meyer & Allen, 1991).

Affective commitment: Beskrivs som en individs psykologiska eller emotionella relation till, och delaktighet i, organisationen (Mayer & Allen, 1991). Anställda som har en känslomässig (affective) relation till organisationen kommer att arbeta för att den vill det (Mayer & Allen, 1991). Det är denna typ av organisationstillhörighet vi väljer att fokusera vår uppsats på.

Continuance commitment: Detta engagemang grundar sig i den anställdes medvetenhet om kostnaden som uppstår av att lämna organisationen, till exempel den lön man går miste om vid uppsägning (Meyer & Allen, 1991). Detta innebär att individen arbetar för organisationen för att den tjänar pengar på det, inte för att den vill det (Meyer & Allen, 1991).

Normative commitment: Meyer och Allen (1991) beskriver detta som att den anställda har en känsla av att den är skyldig att fortsätta jobba för en viss organisation. Exempelvis kan den anställda fått någonting i förskott som den sedan känner att den står i skuld till att betala av. Detta innebär att den anställda arbetar för organisationen för att den känner att den har förpliktelser om att betala sin upplevda skuld (Meyer & Allen, 1991).

I sin studie kom Lumley et al., (2011) fram till att några av de viktigaste aspekterna för stark organisationstillhörighet bland de anställda är positiva medarbetarrelationer, karaktären av arbetet samt organisatorisk och jobbrelaterad kommunikation.

2.2 Intranät 2.0 och Kommunikation

2.2.1 Intranät

Ett intranät har enligt Heide (2002) olika betydelser beroende på utgångspunkt och intresse för verktyget. Heide (2002) menar att ett intranät identifieras med tre olika aspekter som trots sina olikheter kan komplettera varandra. Dessa tre områden omfattar:

- *Det fysiska mediet*
- *En uppsättning av webstandarder och protokoll*
- *En virtuell plats där människor kan utbyta information och kommunicera*

Dessa tre aspekter är grundläggande för att ett intranät skall existera och fungera (Heide, 2002). Det fysiska mediet behandlar hårdvaran bakom intranätet som består av datorer och servrar som utgör verktygets infrastruktur och är den grundförutsättning som finns för att ett intranät skall fungera (Heide, 2002). Uppsättningen av webstandarder och protokoll behandlar själva överföringsprocesser och kommunikationen datorerna emellan (Heide, 2002). Det är i den sistnämnda aspekten som ett intranät organiserar, kommunicerar, informerar och leder en organisation (Heide, 2002). Heide (2002) menar att man kan se intranätet som ett medium som skapar olika värde beroende på hur organisationen och dess medlemmar nyttjar verktyget. En mer konkret betydelse av ett intranät beskriver Heide (2002) som ett organisationsinternt internet, skyddat från det publika internet genom brandväggar och inloggningar. Utifrån Heide (2002) så är syftet med ett intranät att förbättra den interna kommunikationen, underlätta för tillgången och utbytet av information, samt att fungera som ett interaktivt arbetsredskap.

2.2.2 Det nya intranätet (Intranät 2.0)

Utvecklingen av intranät har förändrats från en envägskommunikation till en mångsidig sådan (Heide, 2002). Denna modernisering förändrade informationsflödet i verksamheten drastiskt genom ett nytt decentraliserat flöde (Heide, 2002). Detta innebär att informationsspridningen inte längre enbart sprids från toppen av organisationen utan att vem som helst i organisationen kan bidra med värdefullt innehåll genom intranätet (Heide, 2002).

Heide (2002) poängterar även att effekten det nya intranätet suddar ut gränserna mellan sändare och mottagare och således ges alla användarna möjlighet till att publicera information som kan konsumeras både horisontellt och vertikalt i organisationen. En förändring som Heide (2002) beskriver som ett paradigmskifte när det handlar om informationsspridning i organisationer. Intranät kan på så sätt föra människor närmare varandra i vardagliga arbetet genom en förbättrad kommunikation och samverkan över hinder såsom geografiska och organisatoriska avstånd. (Berg et al., 2015)



Figur 1 - Intranät som skapar värde, s.53 (Berg et al., 2015)

När det rör sig om organisationer där olika kultur har slagits samman kan ett av syftena med ett socialt intranät vara att skapa en gemensam tillhörighet och kultur (Berg et al., 2015). En gemensam tillhörighet eller kultur skapas inte medvetet av medarbetarna själva, men en social plattform kan främja utvecklandet av en gemensam kultur där tillhörigheten ökar med tiden (Berg et al., 2015).

Utifrån studien som Intranätverk (2012) genomfört bland 101 intranätansvariga i Sverige så är den största strävan med det nya intranätet att skapa ett verktyg som täcker de anställdas behov av kommunikation, samarbete, problemlösning och information.

Det är däremot inte självklart att ett socialt intranät alltid skapar värde till organisationen, ett socialt intranät kommer endast att fungera om organisationen har ett behov av att samarbeta utöver de avdelningsgränser som finns inom organisationen (Mergel, 2016). Med detta menar Mergel (2016) att de anställda måste ha ett behov av att utvinna kunskap från en del av organisationen och först då kommer ett socialt intranät att skapa ett värde. I organisationer där anställda inte behöver ta del av expertis utanför sin del av organisationen så skulle ett socialt intranät skapa den motsatta effekten av vad som först var tänkt. (Mergel, 2016)

2.2.3 Organisatoriska fördelar med socialt intranät

Enligt Berg et al., (2015) kan ett intranät ses som ett av de viktigaste verktygen som hjälper anställda att göra det värdeskapande jobbet ännu bättre. Intranätet kan ses som en digital hjälprea som anställda behöver för att förbättra ett värdeskapande arbete (Berg et al., 2015). Det digitala verktyget ska ge ett signifikant stöd för att utföra jobbet på bästa och snabbaste möjliga sätt (Berg et al., 2015).

Hur bra en verksamhet presterar är till grund och botten beroende av de anställdas prestation och behandlar betydelsen om att göra rätt sak på rätt sätt (Heide, 2002). Dagligt arbete där ett socialt intranät kan göra skillnad är, enligt Heide (2002), uppgifter såsom förklaringar, analyser, sammanställningar, dialoger och idéer. Det är vid dessa typ av arbeten som kan ses som förhållandevis små, men desto mer viktiga, som ett socialt intranät faktiskt skapar värde (Heide, 2002). Det sociala intranätens värde kan sammanfattas med ett mönster inom tre områden; effektivitet, kunskapsdelning och förstärkt internt varumärke (Berg et al., 2015).

Effektivitet syftar, enligt Berg et al., (2015), på att spara tid och minska friktionen inom verksamheten. Processer som är onödigt komplexa kan med hjälp av intranätet som verktyg bli tydligare och lättare att förstå (Berg et al., 2015). Intranätet skapar även en kanal där en anställds fråga med enkelhet når rätt människa (Berg et al., 2015). På så sätt skapar det sociala intranätet ett tydligt värde gällande effektivitet i verksamheten, vilket kan få produktiviteten att öka (Berg et al., 2015).

Kunskapsdelning handlar om att ta vara på den kunskap som finns internt i företaget och att ta tillvara på den på bästa möjliga sätt (Berg et al., 2015). Istället för att ledning och de anställda ska behöva lägga tid på att "uppfinna hjulet igen" kan de med hjälp av intranätet föra tydliga dialoger och använda värdet i form av kunskap som företagets anställda besitter (Berg et al., 2015). För företag som arbetar med komplexa tjänster är det vitalt att hantera samma typ av frågor på ett enhetligt sätt (Berg et al., 2015).

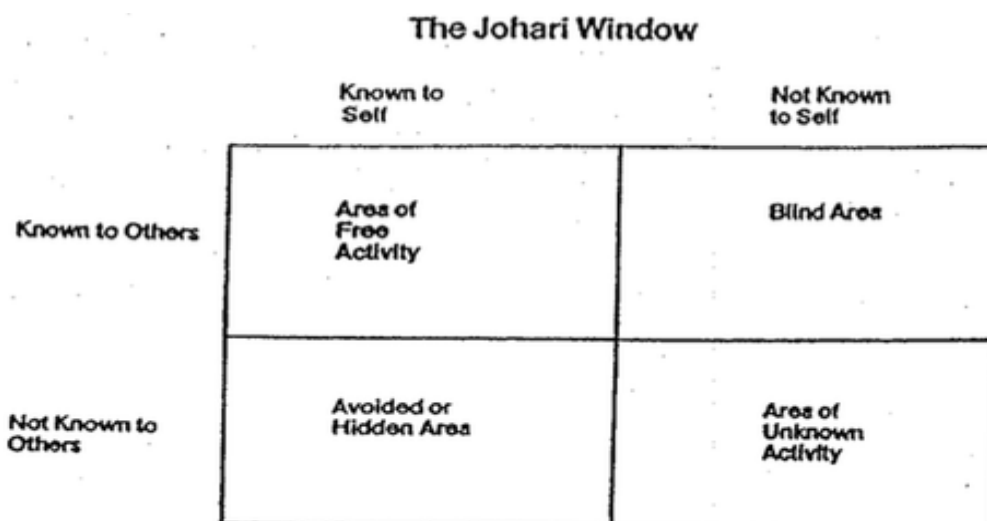
Sista området berör ett *förstärkt internt varumärke* (Berg et al., 2015). Anledningen till att det är viktigt att ha ett starkt varumärke är möjligheten att öka känslan av tillhörighet inom företaget vilket blir ett skäl för en anställd att göra det lilla extra för sitt företag (Berg et al., 2015). I organisationer som ofta växer väldigt snabbt eller som byter riktning är det, enligt Berg et al., (2015) avgörande att kunna representera ett företag på bästa möjliga sätt vid bemötandet av kund. Anställda behöver förstå organisationens visioner, strategier och beslut för att kunna sätta sina egna ord på dem och för att agera självständigt (Berg et al., 2015). Detta är särskilt viktigt i organisationer där bemötandet av kund är avgörande (Berg et al., 2015).

2.2.4 Kommunikation

Kommunikation är en grundförutsättning för att organisationer överhuvudtaget ska kunna skapas, existera och utvecklas (Heide et al. 2012). Heide et al., (2012) menar att när kommunikationen fungerar dåligt, blir hela organisationen lidande.

Det viktigt att främja informell kommunikation för att lyckas skapa kontakter och relationer i en organisation (Larsson, 2004). I boken *Tillämpad kommunikationsvetenskap* menar Larsson (2004) att informell kommunikation är den kommunikation som medarbetare själva tar initiativ till och formar. Detta skiljer sig från den formella kommunikationen som enligt Larsson (2004) är den kommunikation som sker på inrådan av organisationen och som stöttar de strukturer och behov som finns inom organisationen.

För att skapa en god gruppdynamik i en organisation är, som tidigare nämnt, kommunikation ett viktigt redskap. *Johari Fönstret* är en kommunikationsmodell som skapades 1955 av Joseph Luft och Harry Ingham och som används för att öka förståelsen mellan individer i grupper. Modellen bygger på två dimensioner; Det som är känt och okänt för individen och det som är känt och okänt för andra människor. (Luft, 1984).



Figur 2 - The Johari Window: A Graphical Model of Awareness in Interpersonal Relations, (Luft, 1984)

Areas of Free Activity: Det som är känt för individen själv och det som andra vet om individen. Detta kan t.ex. vara vetenskap som attityd, kunskap, erfarenhet, värderingar etc. Målet

i alla grupper är att utveckla detta område för varje individ. Eftersom individer som arbetar med andra individer i detta område, enligt Luft (1984), är mest effektiva så bidrar det med att gruppen arbetar som mest effektiv. Detta är området där god kommunikation och bra samarbete sker och det är fritt från misstro, förvirring, konflikter och missförstånd. (Luft, 1984).

Blind Area: *Det som individen inte vet om sig själv men som är känt av gruppen.* Detta kan vara vetskap såsom olika typer av omedvetna beteenden som individen inte själv har reflekterat över men som gruppen uppmärksammat. Detta område är inte effektivt att arbeta i som individ eller grupp. För att minska detta område kan man, enligt Luft (1984), försöka rannsaka sig själv. Gruppen kan också förminska detta område genom att ge feedback och föra dialog om de saker som den specifika individen inte själv är medveten om. Detta kan vara väldigt känsligt och bör ske varsamt. (Luft, 1984).

Avoided or Hidden Area: *Det som individen vet om sig själv men som gruppen inte vet om individen.* Detta representerar allt som individen vet om sig själv men inte delar med sig av. Det kan vara saker som känslor, rädslor eller dolda agendor. Det är naturligt att personlig information och känslor är dolda, vilket de också bör vara om de inte har betydelse för jobbet. Även detta område bör minskas, vilket kan göras genom att individen pratar om sina känslor och delar med sig av personlig information som i förlängningen möjliggör bättre förståelse, samarbete, tillit och gruppeffektivitet. Genom att individen delar med sig utav detta så minskas även risken för att gruppen missförstår varandra eller trampar på ömma tår. (Luft, 1984).

Area of Unknown Activity: *Det som individen inte vet om sig själv och som gruppen heller inte vet om individen.* Detta kan vara känslor, erfarenheter, beteenden som inte identifierats av varken individen eller gruppen. Stora dolda områden är vanligare hos unga personer och personer som saknar erfarenhet och har dålig självkänsla. Denna dolda information kan upptäckas av individen själv eller av gruppen, vilket är vanligt att det tillslut gör under intensivt grupparbete. Även här är det, om gruppen upptäcker det, viktigt att ge feedback på ett varsamt sätt. Ett vanligt sätt att upptäcka nya färdigheter hos gruppmedlemmar är att låta dem prova på nya saker, då utan kravet att de måste lyckas. (Luft, 1984).

Således är syftet med *Johari Fönstret* att öka förståelsen mellan individer och i grupper. Detta görs genom att man hela tiden jobbar mot att göra det öppna området större (Area of Free activity). Genom att minska de andra områdena, förstöras man det öppna området där gruppen och individerna fungerar som bäst. För att lyckas med det så krävs det mycket kommunikation, feedback, självrannsaking och att alla i gruppen tar ett gemensamt ansvar för att lära känna varandra bättre. (Luft, 1984).

2.2.5 Kommunikation genom intranät

Kommunikation är viktigt för att främja och skapa relationer mellan individer (Larsson, 2004). Relationer kan endast skapas genom någon form av kommunikation (Cook, 2008). Det finns som nämnt tidigare två typer av kommunikation i organisationer; formell och informell kommunikation (Larsson, 2004). Nyckeln till informell kommunikation genom intranät är att det finns verktyg som stödjer dem (Cook, 2008). Några av de vanligaste sociala funktionerna i de intranät som svenska företag har är möjligheten att bidra med kommentera innehåll, delta i

diskussionsforum, göra statusuppdateringar, blogga och arbeta i arbetsrum (Web Service Awards, 2016).

Diskussionsforum: Bidrar med möjlighet för de anställda att initiera diskussionstrådar som andra kan kommentera och delta i. Dessa trådar kan vara frågor, åsikter eller funderingar om ett event (Cook, 2008).

Statusuppdateringar: En funktion som kan liknas vid Facebooks funktion för att göra statusuppdateringar som medanvändarna kan kommentera och gilla. (Web Service Awards, 2016).

Direktmeddelanden: Bidrar med möjligheten för en anställd att kommunicera med en annan anställd genom det interna nätverket i realtid. Användaren kan lägga till anställda som kontakter och på så sätt se deras onlinestatus. Denna funktion gör även det möjligt att ha flera konversationer, med antingen en eller fler andra anställda (Cook, 2008). Direktmeddelanden bidrar med snabb direktkommunikation mellan anställda vilket gör att det geografiska avståndet mellan utspridda medarbetare minskas (Berg et al., 2015).

2.3 Undersökningsmodell

Efter en analys av litteraturgenomgången valde vi att strukturera upp litteraturen utefter de olika kategorier som litteraturen berörde. Vi valde att skapa en egen tabell och dela litteraturen i två kategorier som representerar de två huvudområdena för denna studie. Arbetsituation och organisationstillhörighet presenterar den första raden av tabellen och intranät 2.0 och kommunikation presenterar den andra raden. Genom denna kategorisering fick vi en tydlig inblick av hur vi skulle bygga upp våra frågor för att kunna koppla till rätt kategori och litteratur.

Kategori	Litteratur	Utröner
Arbetsituation och Organisationstillhörighet	<ul style="list-style-type: none"> - Olofsdotter (2008) - Olofsdotter & Augustsson (2008) - Alvesson (2000) - Hedberg & Nilsson (2000) - Lumley et al., (2011) - Meyer & Allen (1991) 	<ul style="list-style-type: none"> - Beskrivning av konsulters arbetsituation - Definition av organisationstillhörighet - Bidragande faktorer till ökad organisationstillhörighet
Intranät 2.0 och Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> - Cook(2008) - Web Service Awards(2016) - Berg et al., (2015) - Heide (2002) - Larsson(2004) - Luft (1984) - Intranätverk (2012) - Mergel (2016) 	<ul style="list-style-type: none"> - Sociala funktioner och dess innebörd - Organisatoriska fördelar med intranät 2.0 - Kommunikation genom intranät - Definition av informell och formell kommunikation - Johari Fönster

Tabell 1 – Undersökningsmodell

3 Metod

Här presenteras det tillvägagångssätt som ligger till grund för studien. Här beskrivs och motiveras den metod som använts vid insamling och analys av empiriskt material.

3.1 Metod för datainsamling

När det är bestämt vad som önskas att få fram med undersökning och hur den läggs upp är det, enligt Jacobsen (2002), nästa steg att välja ut vilken metod som ska användas. Beroende på problemställningen, finns det olika metoder som påverkar vilken nyans man får i resultatet (Jacobsen, 2002). Jacobsen (2002) menar att om man vill få fram nyanserad data som verkligen går på djupet bör man använda en kvalitativ metod. I vår studie undersöker vi individers upplevelser av ett användande och således anser vi att studien behöver samla in nyanserad data. Den andra metoden som benämns är en kvantitativ metod där man vill fokusera på utsträckningen av ett fenomen och gå på bredden snarare än på djupet (Jacobsen, 2002). En sådan metod benämns som en extensiv uppläggnings metod där metoden undersöker många enheter men med en relativt liten nyans (Jacobsen, 2002).

För denna uppsats har vi valt att använda oss utav en kvalitativ metod, där vi tillämpar öppna samtal mellan oss och respondenterna. Denna metod är enligt Jacobsen (2002) mest lämplig när intresset ligger i att skapa en tydlig bild av vad som ligger bakom ett visst begrepp eller fenomen. Den kvalitativa metoden skapar en större helhet i ett ovisst ämne och underlättar för att nå fram en tydlig beskrivning av ämnet (Jacobsen, 2002).

3.2 Öppen intervju med strukturerade inslag

Intervjuer som anses att vara öppna kan skilja sig väldigt mycket från varandra då det finns olika grader av öppenhet under en intervju (Jacobsen, 2002). Vid en öppen intervju sker intervjun som ett vanligt samtal där intervjuaren varken begränsar eller styr intervjun åt ett visst håll (Jacobsen, 2002). En sådan intervju är relativt ovanlig och de flesta öppna intervjuerna är strukturerade till en viss grad för att se till att samtliga ämnen som berör resultatet kommer på tal (Jacobsen, 2002). Anledningen till detta är att en helt öppen intervju skapar väldigt mycket komplex data som gör det svårt att urskilja den information från intervjun som faktiskt skapar ett konkret värde (Jacobsen, 2002).



Figur 7.1 Grader av strukturering av en intervju

Figur 3 - Vad, hur och varför: om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen (Jacobsen, s.163, 2002)

Enligt Jacobsen (2002) är det viktigt att den öppna intervjun inte är så pass strukturerad att samtliga frågor är förutbestämda och innehåller fasta svarsalternativ. I så fall menar Jacobsen (2001) att studien bör välja en annan metod då den förlorar egenskaperna från den öppna intervjumetoden. Intervjun kan inte heller vara helt öppen eftersom det då saknas en tydlig plan om vad intervjun ska bidra med (Jacobsen, 2002).

Denna studie kommer därför att ha en intervjuguide med tema, en fast ordningsföljd och enbart öppna svar, vilket gör att undersökningen hamnar närmare en helt öppen struktur än en helt sluten.

3.3 Kontext och Etik

Kontext behandlar det sammanhang där informationen samlas in till studien (Jacobsen, 2002). En artificiell kontext innebär att sammanhanget där intervjun sker är onaturlig för respondenten (Jacobsen, 2002). En sådan plats skulle vara när intervjun pågår på undersökarens kontor vilket skulle vara en väldigt onaturlig plats för respondenten (Jacobsen, 2002). En mer naturlig plats skulle enligt (Jacobsen, 2002) vara på respondentens kontor eller någon annan miljö där denne är trygg.

Vi har valt att föra fysiska intervjuer på respondentens arbetsplats i den mån vi hade möjlighet till att göra detta. Då våra intervjuobjekt oftast arbetar ute hos kund så stötte vi på svårigheter för att kunna föra samtliga intervjuer på plats. Några av konsulterna hade inte möjlighet till att bli intervjuade på plats då de var ute hos kund vilket ledde till att vi fick föra två av intervjuerna genom telefon. Enligt Jacobsen (2002) är det inte optimalt att föra en öppen intervju via telefon då det blir mer opersonligt och man missar den öppenheten som finns under en fysisk intervju. Däremot kan en telefonintervju bidra till att minska risken för intervjuareffekten då det är en mer anonym intervjuform till skillnad från en fysisk intervju (Jacobsen, 2002).

Intervjuernas längd kom att variera beroende på hur intervjun skedde. De intervjuerna som var fysiska tenderade att vara längre än telefonintervjuerna. Enligt Jacobsen (2002) finns det inte något bestämt svar på hur lång tid en intervju bör vara. En intervju bör däremot inte

understiga en halvtimme då sådana intervjuer endast anses vara användbara när det finns förutbestämda frågor (Jacobsen, 2002). Våra intervjuer tendera att variera runt 20 minuter vilket kan ses som en effekt av att vi hade förutbestämda frågor men med ett flertal öppna följdfrågor.

Utifrån etiska aspekter har vi varit noga med att berätta avsikten med studien till samtliga respondenter innan intervjun har börjat. Detta för att ge dem en bild om vad intervjun kommer att innebära och för att respondenten inte skall bli ställd under intervjun. Det finns tre grundkrav som varje intervju bör uppfylla, dessa är: informerat samtycke, krav på privatliv och krav på att bli korrekt återgiven (Jacobsen, 2002). Dessa krav innebär att respondenten skall vara medveten om vilka risker det innebär att delta i studien, förutsatt att det finns några (Jacobsen, 2002). Respondenten har rätt till att förbli anonym och rätt till privatliv om informationen som samlas anses känslig (Jacobsen, 2002). Samt att samtliga citat skall vara korrekt återgivna för att inte manipulera resultaten från respondenten och sätta hen i en utsatt situation (Jacobsen, 2002).

3.4 Urval

Den kvalitativa studien kommer innefattas av fyra intervjuer. De kriterier vi har gått efter när vi valt ut intervjuobjekt visas i tabell nedan.

Kriterier	Motiveringar
Företaget som intervjuobjekten jobbar för är ett konsultbolag.	För att undersöka hur IT-konsulter upplever organisationstillhörighet så är det en fundamental faktor att de jobbar för ett konsultföretag.
IT-konsulterna arbetar främst externt hos kundföretag	<i>Avsaknad av tillhörighet kan uppstå då det är vanligt att konsulten, i långa perioder, arbetar i projekt ute hos kund och på så sätt kan få en bättre kännedom om kundens företag än konsultens egna (Alvesson, 2000).</i> För att undersöka IT-konsulter som passar in på vårt problemområde, så är det relevant att de främst arbetar externt hos kund.
Företaget har ett intranät med sociala funktioner	För att kunna ta reda på hur funktionerna i intranät 2.0 främjar organisationstillhörighet, måste vi intervjua konsulter vars företag har ett socialt intranät.

Tabell 2 - Urvalstabell

För att hitta dessa personer så har vi genom LinkedIn tagit kontakt med konsultansvariga och projektledare. Vi har sedan frågat dessa personer om de kan rekommendera några konsulter som stämmer in på de kriterier vi har. För att underlätta för kontaktpersonerna har vi även beskrivit syftet med vår intervju och skickat med de intervjufrågor som vi i intervjun tänkt ställa. Vi hade kunnat ta direktkontakt med konsulterna men vi anser att en projektledare/ansvarig har bättre överblick av vilka konsulter som passar bäst in till vår studie och vårt problemområde. Resultatet har varit lyckade och vi har lyckats få till fyra intervjuer från fyra olika företag inom samma bransch.

Person	Position	Plats	Intervjutyp
IP1	IT-konsult	Malmö	Möte
IP2	Team lead, tidigare konsult	Lund	Möte
IP3	IT-konsult	-	Telefon
IP4	IT-konsult	-	Telefon

Tabell 3 - Intervjupersoner

3.5 Validitet och Reliabilitet

Enligt Jacobsen (2002) är det vitalt att en studie kan motivera hur validitet (giltighet) och reliabilitet (tillförlitlighet) har uppnåtts, om inte så tappar studien väsentlig värde. Det är därför Jacobsen (2002) menar att man, som författare, alltid bör förhålla sig kritisk till den informationen som samlas in. Informationen bör vara hämtad från en trovärdig källa och källorna bör ha använts i flera sammanhang tidigare (Jacobsen, 2002). Detta för att lättare att finna förtroende till den (Jacobsen, 2002). Vi har därför valt att i första hand angripa litteratur som haft många citeringar.

En av de viktigaste metoderna för att skapa validitet och reliabilitet vid en kvalitativ metodansats är att ställa sig frågan om vi har valt rätt respondenter att intervjua för studien och ifall dessa har förmedlat sann information (Jacobsen, 2002). Vi har därför varit kräsna genom att endast kontakta respondenter vars egenskaper stämmer in på den persona som krävs för vårt forskningsämne.

Utöver hur data samlats in och vilket urval som gjorts så finns det en term som Jacobsen (2002) benämner som intervjuareffekt. Detta fenomen beskrivs som en effekt där intervjuaren genom sitt tillvägagångssätt påverkar utfallen av respondentens svar genom att vara aggressiv eller framfusig (Jacobsen, 2002). För att undvika denna effekt har vi som intervjuare valt att ställa så öppna frågor som möjligt och inte leda in respondenten för mycket.

Eftersom denna studie har behandlat ett ämne som kan innehålla känslig data såsom missnöje och kritik mot företagets intranätlösning så har vi varit tydliga med att berätta för respondenterna att det råder full anonymitet för data som samlas in. Detta skulle självklart kunna påverka reliabiliteten och validiteten på ett negativt sätt. Däremot menar Jacobsen (2002) att intervjuaren bör anonymisera data som kan anses känslig i högsta möjliga grad för att respektera privatliv. Vi tror även att anonymiteten kan ha bidragit med att respondenten

vågat svara ärligt om upplevelserna inom organisationen eftersom hen är medveten om anonymiteten.

3.6 Transkribering av intervjuer

Jacobsen (2002) beskriver hur man bör gå tillväga för att hantera sitt rådata och förädla den till annoterad data, han menar att den första frågan man bör ställa är “Hur komplett är registreringen av vårt data?”. Den mest kompletta formen av att registrera data är när man använder ett inspelningsverktyg för att samla in data från intervjuer. Vi valde att spela in samtliga av våra intervjuer med förutsättningen att intervjuobjekten godkände detta. Att representera informationen i skriftlig form benämns som asynkron (Jacobsen, 2002). Att skriva ner allt är tidskrävande men vi var noga med utförandet och valde att spela upp varje samtal med reducerad hastighet för att minska risken för att missa väsentlig information.

3.7 Litteraturinsamling

För att hitta relevant litteratur till denna studie så valde vi att söka och tolka relevanta artiklar som behandlar ämnet intranät och organisatorisk tillhörighet. Vi använde oss av sökdatabaser såsom Google Scholar, Lubsearch och Basket of eight vilket hjälpte oss att hitta akademiska källor som var relevanta för vår studie. Vi använde oss av sökord såsom “Intranet”, “web 2.0” och “organizational commitment” för att utöka antalet träffar på våra sökningar.

4 Resultat

I detta avsnitt presenteras det empiriska data som samlats in genom de intervjuer vi haft med IT-konsulter. Empirin kommer att presenteras i två delar. Den första delen handlar om hur det är att jobba som konsult, hur konsulterna ser på sin arbetssituation samt deras känsla av organisationstillhörighet. Detta bidrar med kunskap som gör det möjligt att identifiera och styrka problemområdet och för att skapa djupare förståelse för IT-konsulters upplevelser kring organisationstillhörighet. Det är en grundläggande faktor att undersöka och förstå konsultens tillvaro för att ha möjlighet att gå vidare i undersökningen. Det ger oss således en generell bild av en konsults vardag, vilket behövs för att kunna analysera hur IT-konsulter upplever att intranät 2.0 främjar organisationstillhörighet.

Vidare kommer vi att presentera den andra delen som handlar om IT-konsulters uppfattning om de sociala funktionerna de använder. Hur de används, vad de tycker att de bidrar med och hur de känner att det kan främja deras organisationstillhörighet.

4.1 Arbetssituation och organisationstillhörighet

Kan du beskriva din roll och dina arbetsuppgifter?

IP1 arbetar som business analyst och har varit ute hos en kund sedan november 2016. Det är ett heltidsuppdrag och IP1 berättar att hen är hos kund från nio-fem, måndag till fredag. IP1 förklarar att även om hen är på heltidsuppdrag ute hos kund så försöker hen komma in till konsultbolagets kontor, till exempel på fredagseftermiddagar som det var när intervjun ägde rum. Detta är något som uppskattas av IP1 själv, samt av kollegorna som sitter på kontoret.

IP2 beskriver sin roll som team leader och förklarar att hens främsta uppdrag är att förse projekt med passande konsulter, och att se till att konsulterna vet vad de ska göra. IP2 sitter i dagsläget primärt inhouse men säger att hen tidigare har arbetat som extern konsult.

IP3 är datakonsult och arbetar med mjukvaruutveckling och systemutveckling, främst i java och c# och har gjort det i snart 18 år. Nu sitter hen och jobbar ute på ett medtech-företag och hjälper dem att göra servermjukvara.

IP4 är anställd på IT-konsultavdelningen på sitt företag. Hen är, inom konsultavdelningen, anställd i deras ”technology-ben” där de hjälper företag med IT-strategier, IT-inköp och projektledning av IT-projekt. Hen förklarar att det är väldigt brett och att uppgifterna varierar mycket. Just nu sitter IP4 hos en klient där hen dels hjälper till med en vidareutveckling av två applikationer och dels är aktiv i ett projekt där målet är att köpa in ett nytt system.

Hur upplever du som IT-konsult att din arbetssituation påverkar din organisationstillhörighet gentemot konsultbolaget?

IP1 beskriver sin tidigare arbetsplats där hen jobbade på ett företag och hade ett fast team. Även om IP1 var i två olika team då, så tycker hen att det var stor skillnad på den typen arbete och den typen av arbetssituation hen jobbar med idag i konsultrollen. IP1 förklarar att de som jobbar i organisationen tillhör den, men som konsult är man nästintill som en anställd där,

men ändå inte. Hen beskriver att det finns små skillnader, som att hen till exempel inte är med på kundföretagets sommarfester och julfester osv, men att hen är med på nästintill allt annat. IP1 beskriver också att man som konsult ofta sitter på långa uppdrag men att det kan vara kortare också. IP1 väljer att se konsultrollen som att man har två hem, konsultbolaget och kundföretaget.

IP2 förklarar att när man sitter på ett externt uppdrag så är det viktigt att det finns olika event såsom månadsmiddagar men även sociala funktioner på intranätet och mycket kommunikationskanaler. Hen understryker även att trots att man har detta så måste det föras en kontinuerlig konversion. IP2 säger även att det finns företag och konsulter som helhjärtat fokuserar på att jaga timmar för att få bra lön och bonusar men säger även att det finns företag som bygger kultur och att tillhörigheten då behövs. Hen poängterar att företaget hen jobbar på fokuserar mer på att bygga kultur än att jaga timmar.

IP3 anser att det är knepigt när man är konsult, men att det är beroende av vilken typ av uppdrag man har, dvs. om det är inhouse eller externt. När man sitter inhouse är organisationstillhörighet, enligt IP3, inga konstigheter då man sitter med sina kollegor. Hen beskriver även att de externa uppdragen kan variera. IP3 förklarar att på vissa stora kundföretag kan där vara flera konsulter från samma konsultbolag i olika uppdrag och då har man möjlighet att fika tillsammans med dem, men att på andra externa uppdrag kan det vara så att man sitter helt ensam och att det då är en annan sak då man inte kan hänga med i vad som händer i konsultbolaget. Hen anser att det då är extra viktigt med sociala medier, internsidor och liknande.

IP4 förklarar att hen ofta träffar många kollegor i sitt uppdrag men att på det aktuella uppdraget inte träffar så många. Hen förklarar också att konsultbolaget hen jobbar för ofta driver projekt ute hos kund i tillsammans med andra kollegor vilket gör att de får bra samhörighet. I övrigt förklarar IP4 att de har mycket events, utbildningar och möten och att de konsekvent försöker träffas och även jobba på kontoret på fredagar. Någon som IP4 tror bidrar mycket till att de känner sig som ett enat företag.

Hur upplever du att informell kommunikation kan påverka organisationstillhörighet?

IP1 beskriver att hen kontinuerligt pratar med sina konsultkollegor utan att det sker fysiskt. Hen jämför en funktion de har i nuvarande intranät som gör det möjligt för kollegor att göra statusuppdateringar, med sitt förra arbete där de hade en sluten grupp på Facebook för liknande ändamål. Hen tycker att det är kul att olika kontor i samma företag kan samlas och kommunicera, dela bilder och gilla inlägg och liknande.

IP2 menar att informell kommunikation är den enda kommunikation som man får tillhörighet ifrån. Den formella kommunikationen är något man vill ha som arbetstagare för att känna sig trygg i sin roll då man får reda på om företagets ekonomi går bra eller om bolaget sköts på ett snyggt sätt. Hen menar att det är den informella kommunikationen som skapar kultur och tillhörighet, och förklarar att det är något som hens företag jobbat hårt med. IP2 förklarar även att hens företag inte har någon hierarki utan att ledning och projektledare arbetar för att vara stöttande, då det är konsulterna som drar in timmar. Att sitta och bossa är något som hen anser inte är en team leaders roll.

IP3 tycker att informell kommunikation är jätteviktigt och beskriver att det är svårt när man är ute hos kund och inte har så många kollegor runt omkring sig. Hen förklarar att om man har

kollegor runt omkring sig så sker den typen av kommunikation lättare genom fikor och man får höra vad som händer i företaget och hen anser att det är väldigt viktigt.

IP4 tycker att informell kommunikation är positivt, och förklarar att om man lär känna varandra bra så kan man prata om allt möjligt, saker som är jobbrelaterat men även om saker som är utanför jobbet. Hen förklarar att de har mycket sportevenemang och att det är en typ av aktivitet där man lär känna varandra och hen anser att det har en positiv påverkan.

4.2 Intranät 2.0 och Kommunikation

Vilka sociala funktioner har ni i ert intranät?

IP1 beskriver att de har en del funktioner och att funktionerna tillkommer frekvent. En av funktionerna de har är Yammer, vilket hen beskriver som en enkel version av Facebook där man kan gilla, kommentera, lägga upp bilder, göra mentions och liknande. Hen beskriver även att de har Slack men att en liknande funktion från Microsoft har introducerats. De har även Outlook där hen beskriver att hens områdesledare kan boka in hen på möten som aktiveras direkt i kalendern. Hen förklarar också att hen har missat möten då hen har två olika Outlook konto, ett i konsultbolaget och ett hos kunden. Något som hen anser kan påverka organisationstillhörigheten negativt.

IP2 förklarar att de har funktionaliteter som gör det möjligt att chatta, skapa inlägg, kommentarsfunktioner och notiser om kollegors avklarade mål. De har även profiler där man kan få information om kollegor, samt även en bot som är aktiv i chatten för att motivera konsulterna att använda chatten mer. IP2 förklarar att boten skickar "dagens dilbert" och postar allmänt lättsam information.

IP3 säger att det finns ett flöde på förstasidan där man kan ställa frågor, eller skriva något kul. Hen förklarar också att den funktionen främst används för att få svar på en teknikfråga, något som hen anser vara skönt då hen känner att man är del av något större eftersom man får svar från kollegor i sitt konsultbolag. Hen förklarar att information, som att någon fyller år även dyker upp och då får man möjlighet att skriva grattis. IP3 menar att det är ett sätt att titta in i företaget när man sitter ute på sitt uppdrag och det används ganska flitigt, vilket hen tycker är väldigt bra. IP3 beskriver att de även har möjlighet att kommentera på nyhetsinformation, där man kan se vad folk tycker och upplever om vissa saker. IP3 förklarar även att de har möjlighet att söka upp kollegor och kolla på deras CV, och på så sätt få hjälp med något man behöver. En annan funktion hen beskriver är funktionen att skapa slutna grupper där man kan dela dokument och på så vis skapa communities och att man då kan få tillhörighet genom det.

IP4 beskriver att de har olika funktioner och att Yammer är ett av dem. Det används enligt IP4 inte så mycket av hens företag. Enligt IP4 är det för hela verksamheten, som har runt 250 00 anställda globalt, och hen tycker att det är bra då man alltid kan få hjälp från en expert. I övrigt anser hen att denna funktion enbart handlar om arbetsrelaterade frågor. Hen förklarar att de även har en databas med dokument om anställda där man kan söka efter något specifikt och få upp en kollega som har berört detta. Annars har de Skype som de använder mycket för att chatta med kollegor.

Har någon av dessa sociala funktioner bidragit till att du lärt dig något nytt om en kollega?

IP1 tycker att funktionerna hjälpt. Hen anser att man får reda på folk som fått bebisar och liknande genom Yammer-flödet. IP1 understryker att hen absolut lärt känna sina kollegor mer genom dessa kanaler.

IP2 anser att det absolut har bidragit. Hen understryker att det är även var väldigt viktigt när hen började som konsult att man fick en möjlighet att lära känna någon som var utanför kontoret. IP2 förklarar att hen lärde känna folk genom chatten först och att man i ett senare skede på till exempel något evenemang redan vet vad kollegorna gillar och på så sätt kan connecta. Hen understryker att det är jätteviktigt.

IP3 anser att det har bidragit på flera olika sätt, men att det är svårt att sätta fingret på något specifikt. Hen förklarar att när det börjar en nyanställd så lägger de ut lite information om sig själv i flödet och då kan man lära sig om vad de tycker är kul och vad de sysslar med på fritiden. Något man sedan kan prata om på fikarasten.

IP4 tycker precis som IP3 att man kan lära sig något om en ny kollega och tillägger att man lär känna kollegan bättre på grund av det. Hen menar att man eftersom man lär känna fler så känner man sig:

“som en kugge i maskineriet om man känner mer människor inom organisationen”. - (Bilaga 8.2.4, s 42)

Hur upplever du i så fall att det kan påverka din känsla av tillhörighet till organisationen?

IP1 förklarar att man blir mer personlig med kollegorna om man kan se inlägg från kollegor om när vissa är föräldralediga och om man får reda på vad de gör. Funktionen där man kan lägga upp statusuppdateringar menar IP1 kan göra att man lär känna varandra på en familjenivå. Där delas både privata och professionellt innehåll. Hen menar också att eftersom att det inte är på blodigt allvar så kan man skoja med varandra och det bidrar enligt IP1 till tillhörigheten.

IP2 menar att funktionen med profilsidor inte alls hjälper för att ge någon form av tillhörighet. Hen säger dock:

“det som ger någon form av tillhörighet är att man kan lägga inlägg och posts eller att man kan chatta och få connection med de andra eller dra ett dåligt skämt i chatten” - (Bilaga 8.2.2, s 37)

IP3 förklarar att om man sitter ute på uppdrag utan att få reda på att någon ny börjar på företaget så känner man inte att man tillhör företaget. Hen känner även att desto mer hen får läsa om företaget, ju mer känner hen sig delaktig i det. Hen anser också att det sociala intranätet är ett väldigt viktigt när man är IT-konsult då man inte sitter inhouse så ofta och inte träffar sina kollegor,

“annars är det himla lätt att sugas upp i ett nytt företag” - (Bilaga 8.2.4, s 41)

IP4 anser att det har en positiv inverkan men förklarar även att det inte är specifikt intranätets funktioner som är vital för hens organisationstillhörighet. IP4 menar att hen lika gärna skulle kunna kommunicera genom andra kanaler som Whatsapp eller Facebook. Hen menar att det är kommunikationen som påverkar, inte verktyget hen använder.

Hur upplever du att kommunikationen genom funktionerna påverkar relationerna mellan dig och dina kollegor?

IP1 upplever att man kan få reda på vad kollegorna på huvudkontoret jobbar med vilket hen anser att hen inte har så bra koll på. Vidare förklarar IP1 att kommentarsfälten i statusuppdateringsfunktionen kan skapa en viktig typ av diskussion:

*“ibland kan det bli lite som att snacket i fikarummet man inte kan ha, hamnar där istället” -
(Bilaga 8.2.1, s 34)*

IP2 anser att funktionerna bidrar med att hens kollegor får en tydligare bild av vad hen gör. Som team leader anser hen att det även är viktigt att läsa av missnöje genom funktionerna för att kunna hjälpa konsulterna som är frustrerade eller missnöjda. Enligt IP2 är det för en konsultverksamhet avgörande att man trivs, annars börjar verksamheten förlora folk.

IP3 förklarar att om man läser något om sina kollegor så får man veta mer om dem. Hen anser att relationerna blir närmre då man får veta att någon blivit mammaledig, någon fyller år eller bara att det blir mer snack. Hen upplever även att kommentarer och gillningar av varandras kommentarer, precis som Facebook, bidrar till dialog.

IP4 förklarar att för att chatta med någon och enkla saker som hur läget är, genom Skype till exempel, så krävs det att man kommit ganska långt i sin relation, vilket hen menar att man gör genom att ses ett visst antal timmar. Hen menar att det är viktigare med socialt utbyte i det verkliga livet men tillägger att relationerna man skapat med sina kollegor i verkliga livet kan stärkas genom den kommunikation man har genom, till exempel, Skype.

5 Analys och diskussion

I detta kapitel analyseras och diskuteras den framtagna litteraturen och den insamlade empirin.

5.1 Arbetsituation och Organisationstillhörighet

I Hedberg och Nilssons (2000) studie förklarar en respondent att det fysiska avståndet mellan konsult och konsultbolag påverkar känslorna till konsultbolaget. Olofsdotter och Augustsson (2008) visar även på att konsulter ute hos kundföretag kan uppleva sig som en outsider på kundföretaget. Likt dessa studier har IP1 förklarat att hen nästan tillhör det företag hen är ute och jobbar på. IP1 förklarar också att hen är som en anställd på kundföretaget, men ändå inte. IP3 upplever samma sak och förklarar att det kan vara svårt att hänga med i vad som händer på konsultbolaget om man som ensam konsult arbetar ute hos kund. IP1 beskriver det som att man har två hem. Detta förstärker vår övertygelse om att detta är ett problem som existerar i IT-konsultbranschen.

IP2, IP3 och IP4 kommer alla in på att event och sociala aktiviteter med konsultbolaget är något som ofta sker. Något som vi anser är en stark bidragande faktor till att man, som IT-konsult, kan känna sig mer involverad i konsultbolaget. Hedberg och Nilsson (2000) visar även i sin studie att de sociala aktiviteterna är väldigt viktig för att skapa sammanhållning och tillhörighet mellan konsulter. Således anser vi också att social interaktion mellan kollegor stärker relationer och organisationstillhörighet. Detta är även något som IP4 anser vara en stark bidragande faktor till att konsulterna känner sig som ett företag. Lumley et al., (2011) kommer även i sin studie fram till att positiva medarbetarrelationer är en viktig aspekt för organisationstillhörighet bland de anställda.

Det råder konsensus bland respondenterna att informell kommunikation påverkar organisationstillhörigheten på ett positivt sätt. IP2 väljer dock också att säga att det är den enda typen av kommunikation som man får tillhörighet av. Hen menar att den formella kommunikationen endast är något som man vill ha som arbetstagare för att känna trygghet i att man har kvar sitt jobb, eftersom att man får reda på företagets ekonomi och information om hur företaget styrs. Detta går dock emot en av de faktorer som Hedberg och Nilsson (2000) tagit fram om information från företaget. De menar, till skillnad från IP2, att denna typ av information från företaget, på ett positivt sätt, påverkar konsultens känsla av delaktighet i organisation eftersom att det då är lättare att hänga med i vad som händer i konsultbolaget, något som IP3 även menar. Denna information anser Berg et al., (2015) även vara viktig för att förstärka det interna varumärket. Berg et al., (2015) förklarar hur anställda behöver veta om denna typ av information för att kunna arbeta mer självständigt och för att bemöta kund med samma värderingar och mål som organisationen har.

5.2 Intranät 2.0 och Kommunikation

5.2.1 Statusuppdatering

Samtliga respondenter förklarar att de har en funktion som möjliggör för en anställd att göra en statusuppdatering där man kan lägga upp bilder eller skriva något och som sedan kan kommenteras eller gillas av kollegor. Detta är även något som Web Service Awards (2016) har rankat som en av de vanligaste sociala funktionerna i svenska företags intranät. Det går dock inte att dra en generell bild av hur den används då respondenterna ger olika beskrivningar av dess användning. IP4 förklarar att detta är en funktion som IP4s organisation inte använder så mycket och att den enbart används för arbetsrelaterade frågor. En av orsakerna till detta kan, enligt IP4, vara att det används globalt och att de är runt 250 000 anställda. IP1 har en annan bild av funktionen och förklarar att innehållet i deras flöde varierar från privat till professionellt och att det inte är på blodigt allvar utan att man kan skojar med varandra.

IP1, IP3 och IP4 beskriver hur de genom flödet av statusuppdateringar lär sig nya saker om kollegor. Det kan vara allt ifrån att folk får bebisar till att man lär sig något nytt om en kollega som presenterar sig genom flödet. Detta bidrar, enligt IP4, till att man känner sig som en kugge i maskineriet, då man lär känna fler inom organisationen. IP3 menar också att man kan använda informationen från flödet för att ha något att prata om på fikarasten. Detta stämmer överens med Cooks (2008) förklaring om att det är viktigt att det finns verktyg som stödjer möjligheten att kommunicera informellt. Intervjupersonerna har en gemensam uppfattning om att statusuppdateringsfunktionen, på ett positivt sätt, påverkar organisationstillhörigheten.

Att lära sig nya saker om kollegor genom denna funktion bidrar med att området *Area of free activity* blir större och utvecklas. Luft (1984) menar att ju mer människor vet om varandra desto bättre jobbar de i grupp. Således kommer informationen om kollegor i flödet av statusuppdateringar, som IP1, IP3 och IP4 pratar om, att bidra till att de lär sig mer om sina kollegor och att de i sin tur skapar bättre relationer och jobbar effektivare. Meyer och Allen (1991) visar också i sin modell om organisatoriskt engagemang att en av de tre delar som bidrar till engagemang är att man som anställd har en känslomässig relation till organisationen och att man på så vis arbetar för den för att man vill det. IP1 och IP3 förklarar båda att de får en närmare relation till kollegorna då man får veta mer om dem och att kommentarsfälten i statusuppdateringarna bidrar till dialog. Denna dialog beskriver IP1 som ett substitut till snacket i fikarummet som man inte kan ha om man arbetar ute hos kund.

Det är intressant att 3 av 4 respondenter inte nämner något om hur den arbetsrelaterade kommunikationen kan bidra med organisationstillhörighet. De nämner endast hur de sociala funktionerna handlar om dialog med kollegor. IP2 och IP4 nämner att den sociala funktionen med statusuppdateringar framförallt används för arbetsrelaterade saker. Både Lumley et al., (2011) och även Hedberg och Nilsson (2000) kom i sin studie fram till att denna typ av information faktiskt är en bidragande faktor till ökat organisatoriskt engagemang. De förklarar att konsulterna i sin studie upplevde att den arbetsrelaterade informationen bidrar till att skapa en känsla av delaktighet så man har möjlighet att hänga med i vad som händer i organisationen, något som IP3 även också säger. En av orsakerna till detta kan vara det faktum att termen "socialt intranät" inte förknippas med att organisationen är social mot konsulterna utan att det handla om att konsulterna är sociala med varandra.

5.2.2 Direktmeddelande

Tre av de fyra deltagarna tar upp chattfunktionaliteten som en av funktionerna som bidragit till att dem lärt sig någonting nytt om en kollega. IP1 säger att hen flera gånger använt sig av chattfunktioner för att prata om informella saker med sina kollegor. IP2 säger att hen lärde känna folk lite lätt genom att prata med kollegor genom chattverktyg vilket ledde till att hen hade mycket lättare att närma sig sina kollegor vid olika evenemang då IP2 redan hade en förkunskap om sina kollegor. Paralleller kan dras till när Heide (2002) beskriver att syftet med intranätet är att förbättra den interna kommunikationen. IP2 förklarade även att verktyget var väldigt betydelsefullt då hen var nyanställd och kunde på så sätt upptäcka och ta kontakt med folk som arbetade utanför kontoret.

IP3 ansåg att det bidragit på flera olika sätt men hade svårt att sätta fingret på något specifikt tillfälle. IP4 var säker på att verktyget kan ha en positiv inverkan på organisationstillhörigheten men menade att själva funktionen på intranätet i sig inte var vital för verksamheten. IP4 menade att denna kommunikation kunde ersättas genom att använda sociala medier som inte är integrerat i intranätet. IP4 beskriver även sin organisationstillhörighet som hög och att hen arbetar ofta med flera kolleger från konsultbolaget i större projekt ute hos kund. Mergel (2016) menar att om det inte finns ett behov av att samarbeta utöver de avdelningsgränser som finns i organisationen så minskar nyttan för ett socialt intranät. Detta kan vara en bidragande faktor till att IP4 inte känner ett större behov av det sociala intranätet då hen ofta arbetar tillsammans med kollegor i projekt och inte behöver korsa avdelningsgränser för att ta kontakt med kollegor från det egna konsultbolaget.

5.2.3 Diskussionsforum

Ingen av de 4 respondenterna har nämnt något om att ha ett diskussionsforum. Funktionen diskussionsforum förklaras av Cook (2008) som en funktion där anställda kan initiera diskussionstrådar för andra att kommentera och delta i. Denna beskrivning stämmer nästan överens med beskrivningen om statusuppdateringsfunktionen där en anställd kan skapa ett inlägg där kollegor kan kommentera och gilla. Vi kommer således fram till några slutsatser till varför detta inte tagits upp av respondenterna. En anledning kan vara att respondenterna antingen upplever att dessa två funktioner är samma sak eller att denna typ av funktionalitet som kan liknas vid ett forum har blivit ersatt med den snabbare statusuppdateringsfunktionen som sker mer i realtid. En annan anledning kan vara att de inte har reflekterat över denna funktion som en social funktion då den förmodligen ofta handlar om arbetsrelaterade frågor. Den slutliga anledningen kan även vara att de helt enkelt inte har denna funktion i sitt intranät, något som verkar vara lite långsökt då det, enligt Web Service Awards (2016), är en av de vanligaste funktionerna att ha i ett intranät.

5.2.4 Profilsidor

Även om profilsidor inte prioriterades av oss så är det intressant att den tas upp av våra respondenter. Det råder dock olika meningar kring profilsidornas betydelse. IP2 anser att denna funktion inte bidrar med någon form av tillhörighet. IP3 menar dock att denna funktionalitet kan användas för att hitta en konsults färdigheter och på så sätt ha möjlighet att fråga dem om hjälp med en arbetsrelaterad fråga. Även om det inte är uttalat av

respondenterna så kan det fenomen som IP3 beskriver bidra med att man lär sig något nytt om en kollega. Detta i sin tur kommer att leda till att *Area of free activity* blir större då du efter detta kan mer om en person. IP3 nämner också att genom att få ett svar på ett problem från en kollega kan få en att känna att man är del av något större. Detta kan stärkas av Lumley et al., (2011) som kom fram till att jobbrelaterad kommunikation är en av de faktorerna som bidrar till organisationstillhörighet.

5.2.5 Övrigt

Den generella uppfattningen efter samtliga intervjuer är att det sociala intranätet används väldigt flitigt av konsulterna och de poängterar att det är ett väldigt bra verktyg för en konsult att ha åtkomst till. Men det går även att avgöra väsentliga skillnader intervjuerna emellan. De olika respondenterna har olika uppfattning om hur deras intranät gynnar organisationen och vart sammanhållningen skapas. Detta går att koppla till när Heide (2002) menar att ett intranät kan ses som ett medium som skapar olika värde beroende på hur användarna och organisationen nyttjar intranätet. Att jämföra hur IP2 och IP4 använder de sociala funktionerna på intranät skapar också en tydlig bild av hur mycket ett intranäts värde kan skilja sig från olika organisationer. IP2 berättar att de har en aktiv BOT (Bob) som är väldigt aktiv med att sprida informell information på intranätet, det kunde vara allt från väderrapport till dagens kilopris på fiskmarknaden i Göteborg. IP2 berättar hur Bob interagerar med materialet som konsulterna postar på intranätet och att ifall man inte fick svar från kollegor så svara alltid BOB på innehållet. IP2 kunde även med statistik bevisa på hur Bob engagerat mer användare på intranätet och menade att Bob bidragit till en mer avslappnad och öppen miljö på intranätet. IP4 var däremot tydlig med att berätta om hur deras intranät ses som ett verktyg för att finna experthjälp med arbetsrelaterade frågor snarare än att föra alldaglig kommunikation. Även om IP4 ansåg att deras intranät var socialt så var mentaliteten där väldigt formell och hen använde gärna andra sociala medier när hen skulle prata allmänt med sina kolleger virtuellt.

Lumley et al., (2011) beskriver också att organisationstillhörigheten kan stärkas av bra relationer mellan medarbetare. Vidare menar Luft (1984) att relationer stärks av att man förstör området *Area of free activity* där deltagarna i gruppen kan mycket om varandra och på så sätt minskar risken för missförstånd och konflikter. Respondenterna är eniga om att de, genom de sociala funktionerna på intranätet, lärt sig något om en kollega. Detta är något som gör att området *Area of free activity* förstöras vilket i sin tur leder till att gruppen effektiviseras. Således betyder det att när konsulterna lär sig mer om varandra så förstärks deras relationer, vilket i sin tur leder till ökad organisationstillhörighet.

6 Slutsats

Frågan som vår bakgrund och vårt problemområde mynnade ut i var:

- *Hur upplever IT-konsulter att de sociala funktionerna i intranät 2.0 främjar organisationstillhörigheten gentemot deras konsultbolag?*

Bilden om konsulter arbetsituation mellan två organisationer bekräftades tydligt i vårt empiriska resultat. Att organisationstillhörigheten kan bli lidande av att konsulter spenderar mertiden av sin arbetstid ute hos kundföretag är något som litteraturen påvisade. Respondenterna upplevde dock att organisationstillhörigheten kan stärkas på andra vis, såsom genom sociala aktiviteter med konsultbolaget, men även genom informell kommunikation genom intranätet.

Alla respondenter upplevde att intranätets sociala funktioner på olika vis kunde stärka deras känsla av tillhörighet till organisationen. De förklarar att de olika sociala funktionerna, och i synnerhet funktionerna direktmeddelande och statusuppdateringar, var de som bidrog mest till deras ökade känsla av organisationstillhörighet. De upplevde att de fick en bättre relation till sina medarbetare, de fick mer information om vad som hände i företaget och de upplevde att den vardagliga kommunikation som kan ske i ett fikarum kunde uppstå genom sociala funktioner. Respondenterna upplevde även att de kunde ta in information om kollegor från de sociala funktionerna och att denna information i ett senare skede kunde skapa dialog när de väl träffats i ett senare skede.

Respondenterna pratade nästan enbart om hur de sociala funktionerna förbättrade deras möjlighet till kommunikation mellan anställda. Det visar på att kommunikation och medarbetarrelationer är viktiga aspekter för konsulter för att förbättra sin tillhörighet till organisationen.

För att svara på forskningsfrågan så framgår det tydligt, enligt denna studie, att konsulter upplever att de sociala funktionerna ger dem möjlighet att kommunicera med varandra vilket, enligt dem, är en viktig faktor för att främja deras organisationstillhörighet.

7 Referenslista

- Andersson, C., 2005. Ångest i organisationen. Möten mellan konsult och organisation.
- Allen, N.J. and Meyer, J.P., 1990. The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational and organizational psychology*, 63(1), pp.1-18.
- Alvesson, M., 2000. Social Identity And The Problem of Loyalty In Knowledge-Intensive Companies. *Journal of management studies*, 37(8), pp.1101-1124.
- Baptista, J., Backhouse, J. and Canhoto, A., 2006. Impact of intranets on employee perception and behavior: a case study in a UK bank. *ICIS 2006 Proceedings*, p.114.
- Berg et al., 2015. *Intranät som skapar värde - Inspiration, råd & tips för dig som arbetar med intranät och digitala arbetsplatser*. Intranätverk AB
- Broeck, A., Vansteenkiste, M., Witte, H., Soenens, B. and Lens, W., 2010. Capturing autonomy, competence, and relatedness at work: Construction and initial validation of the Work-related Basic Need Satisfaction scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(4), pp.981-1002.
- Cook, N., 2008. *Enterprise 2.0: how social software will change the future of work*. Gower Publishing, Ltd.
- Heide, M., 2002. *Intranät—en ny arena för kommunikation och lärande*. Department of Sociology, Lund University.
- Heide et al., 2012. *Kommunikation i Organisationer*. 2. uppl. Stockholm: Liber.
- Herrell, E., Whiteley, R. and Crumb, A., 2010. Enterprise Communications: The Next Decade. Ten Trends That Will Shape Unified Communications and Collaboration. Cambridge, MA: Forrester Research.
- Jacobsen, D.I., Sandin, G. and Hellström, C., 2002. *Vad, hur och varför: om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Studentlitteratur.
- Inkpen, A.C. and Dinur, A., 1998. Knowledge management processes and international joint ventures. *Organization science*, 9(4), pp.454-468.
- IT&Telekomföretagen, 2017. *Antal företag IT-och Telekombranschen*
<https://www.itotelekomforetagen.se/fakta-och-debatt/statistik/statistik-foretag> [2017-04-15]
- Larsson, L., 2008. *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur,.
- Luft, J., 1970. Group processes: An introduction to group dynamics.
- Lumley, E.J., Coetzee, M., Tladinyane, R. and Ferreira, N., 2011. Exploring the job satisfaction and organisational commitment of employees in the information technology environment. *Southern African Business Review*, 15(1), pp.100-118.

- Hedberg, E. and Nilsson, R., 2000. Organisationsengagemang-En studie av konsulter i fyra datakonsultföretag.
- Intranätverk (2012): Intranät i Sverige 2012 [Elektronisk], Tillgänglig: <https://intranatverk.se/kunskap/intranat-sverige-2012/> [2017-04-23].
- Intranätverk (2013): Intranät i Sverige 2013 [Elektronisk], Tillgänglig: <https://intranatverk.se/kunskap/intranat-sverige-2012/> [2017-04-23].
- McAfee, A., 2009. *Enterprise 2.0: New collaborative tools for your organization's toughest challenges*. Harvard Business Press.
- Mergel, I., 2016. The Social Intranet: Insights on Managing and Sharing Knowledge Internally.
- Meyer, J.P. and Allen, N.J., 1991. A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), pp.61-89.
- Mowday, R.T., Steers, R.M. and Porter, L.W., 1979. The measurement of organizational commitment. *Journal of vocational behavior*, 14(2), pp.224-247.
- Olofsdotter, G., 2008. *Flexibilitetens främlingar:-om anställda i bemanningsföretag* (Doctoral dissertation).
- Olofsdotter, G. and Augustsson, G., 2008. Temporary agency workers' social surfing: Switching between stranger and outsider.
- Ward, T., 2010. The social intranet. *Prescient digital media*.
- Stenmark, D., 2008, June. Web 2.0 in the business environment: The new intranet or a passing hype?. In *ECIS* (Vol. 2008, pp. 2064-2075).
- Stoney, Sue. (2003) *Intranet Usability and Design*. *ACIS 2003 Proceedings*. 55. <http://aisel.aisnet.org/acis2003/55>
- Web Service Awards (2016): *Hur mår Sveriges intranät? - Trendundersökning 2016* [Elektronisk], Tillgänglig: <http://www.webserviceaward.com/nedladdningar> [2017-04-18].

8 Bilagor

8.1 Intervjuguide

Forskningsetiska principer
Är det okej om intervjun spelas in?
Arbetsituation och organisationstillhörighet
Kan du beskriva din roll och dina arbetsuppgifter?
Hur upplever du som IT-konsult att din arbetsituation påverkar din organisationstillhörighet genemot konsultbolaget? (Följ upp svar)
Hur upplever du att informell kommunikation kan påverka din organisationstillhörighet? (Följ upp svar)
Intranät 2.0 och kommunikation
Vilka sociala funktioner har ni i ert intranät?
Har någon av de sociala funktionerna bidragit till att du lärt dig något nytt om en kollega?
Hur upplever du i så fall att det kan påverka din känsla av tillhörighet i organisationen?
Gå igenom de tidigare nämnda funktionerna och fråga hur konsulten upplever att just de kan bidra med organisationstillhörighet.(Följ upp svar)
Hur upplever du att kommunikationen genom funktionerna påverkar relationerna mellan dig och dina kollegor?
Är det något du vill tillägga?

Tabell 4 – Intervjuguide

8.2 Transkribering

Vi har valt att ersätta uppgifter såsom företagsnamn med ordet företag för att inte avslöja personens företag och behålla anonymiteten i transkriptionen.*

*För att inte utelämna information om vilket företag konsulten arbetar hos så ersätter vi kundföretaget med KF**

8.2.1 Intervju 1

I = intervjuare, R = Respondent

I: Är det okej att vi spelar i detta samtal och använder det för vår uppsats?

R: Ja det är okej!

I: Kan du beskriva din roll och dina arbetsuppgifter?

R: Mm, Jag jobbar ju som Business Analyst heter det, ehe jag är relativt ny in hit också. Jag har väl varit med sedan november. Och då så satt jag ju fyra dagar på bänken, vilket inte är jättelänge kanske och sen direkt in på KF* då på uppdrag och har varit där sedan dess. Ett heltidsuppdrag så jag är ju där måndag till fredag liksom, nio-fem. Såå jag är ju inte här så mycket men jag försöker ändå vara här så mycket jag kan som idag då en fredag eftermiddag. Ehm och det är uppskattat av dem som sitter här och det uppskattas av mig och det är inte heller helt vanligt att man är här utan många sitter liksom ute på sina uppdrag. Och just KF* då som ni kanske känner till har vi ju ganska många konsulter och någon sitter där väldigt länge liksom. Vi har tre-fyra säkert fem som folk har suttit och jobbat där fulltid. Såå det är lite olika men det är min arbetssituation i nuläget.

I: Eeéh, hur upplever du då att din arbetssituation gör eller påverkar din tillhörighet till organisationen?

R: Mmm, Den aah. Jag har ju jobbat tio år på Sony då var jag ju på ett företag och hade mitt team. Iför sig så var jag ju i två olika team där men här är det ju verkligen stor skillnad på uppdraget för då tillhör man ju nästintill det företaget där man jobbar då. Det beror ju var man jobbar, om du jobbar på KF* fast så får man ju säga att man är konsult. Ehm så det är klart det är skillnad att vara på uppdrag och här men aah. Vad var frågan nu igen?

I: Upprepar frågan

R:Aah precis. Eehm.

I: Negativt eller positivt och hur?

R: Jag vet inte om det är negativt eller positivt men det är ju en helt annan grej än när man ser på dom som är anställda på KF* då. Dem har ju verkligen en organisation och dem tillhör dem och som konsult är man ju nästintill som en anställd där men ändå inte. Det är ju små skillnader liksom som att jag inte är med på deras sommarfest eller julfest. Men jag är med på nästintill allt annat, finns ju en del möten förvisso som jag inte är med på. Man är ju 95 % där

och här på företaget* då så är man ju konsult så det är ju ingen överraskning att man är ute hos kund och sen min typ av konsultande är ju sånt där man sitter ofta då på långa uppdrag, hem det kan vara kortare också men jag har bara varit på ett uppdrag då hittills sen jag startade. Så hur det, hur det påverkar mig, njaaa.

I: Tillhörighet så tänker vi på, vi har definierat det som ens vilja att prestera för sitt bolag, och vilken lojalitet man känner.

R: Ahh, just det. Eehm men det har vi ju senast igår hade vi ett sånt områdesmöte liksom där vi träffas vi som är BA(Business Analyst) och projektledare i den gruppen liksom. Och så går vi ut och kåkar och såhär och det är ju gött. Ehm det som är lite symptomatiskt det var ju att 100 % av de nio personerna som var där sitter ju också på KF*. Så att eh. Eehh även om man inte nu träffar dom i det dagliga arbetet så har alla väldigt bra koll på vad man gör och så. Att man är på KF* liksom. Ehm men där märker man ju att här är hemma också att sitta på företaget* idag, och jag är ju här nu och jobbar. Så jag har ju två hem känner jag. Jag tycker inte att det är, att de står emot varandra utan det är verkligen så jag sett på konsulter.

I: Sen har vi här, informell kommunikation tänkte vi ta upp nu. Och med informell kommunikation menar vi den kommunikation som medarbetarna skapar till varandra utan påtryckningar från ledning, sån som bara uppstår liksom. Ehm, hur upplever du att den typen av kommunikation påverkar organisationstillhörigheten?

R: Pooohh eeh. Nästan så att jag måste tänka fram något exempel på detta. Jag pratar ju med kontinuerligt med mina företags*kolleger utan att det sker fysiskt liksom. Vi har ju Yammer. Det är ju ett väldigt bra sätt. Om vi jämför det med mitt tidigare jobb så hade vi ju en sluten Facebookgrupp med alla som jobbade i samma team liksom och vi var spridda över hela Sverige, Japan och lite i USA. Det var ju kul att man kan liksom samlas genom Yammer på företaget* oavsett vart man befinner sig, om det är Oslo-kontoret eller Stockholms-kontoret exempel. Att bara kunna dela bilder, Like varandras grejer och så här. Det blir inte så mycket en-till-en dialogen, det beror också. Nä det är mer om man har företags*kolleger i samma team. Så dem kan jag liksom ha en en-till-en kommunikation men då sker det ofta via kanske SMS eller skype osv. Eller SLACK om väder vind och aktier och allt. Ehm. Så påverkar väl det och har väl kanske inte den mina kollegor på KF* som också är konsulter fast för andra bolag. Det blir ända lite mer minas mark med andra konsulter än dem som tillhör företaget.

I: Så nu har vi redan varit inne på det lite men vilka sociala funktioner har ni i ert intranät?

R: Aah, just det jag är egentligen dålig insatt i vilka alla funktioner är. Det kommer ju nya sånna hela tiden. Jag upplever dem som nya iallafall. Bara här i veckan så blev jag introducerad till Microsoft Teams. Och första gången jag öppnade det så tänkte jag att det såg precis ut som SLACK. Verkligen en kopia, nu vet jag inte vem som kom först men jag förstår att Microsoft bygger det i Office 365 satsningen som jag tycker är ganska trevlig av det lilla som jag använt det jämfört Sharepoint. Sharepoint som egentligen är väldigt krångligt och svårt men det finns säkert en del bra saker med det. Men som jag sa också då, Yammer har vi använt och funkar också bra, det är lite som en enkel version av Facebook där det finns Like, Comment, Bilder och liksom man kan göra mentions och sånt. Vad har vi mer det som är unikt i office. Outlook kanske att man mailar och bokar möte men det känns ju mer vid sidan om intranätet. Lite så att min områdeschef bokade in mig på ett möte så aktiveras det direkt i

min kalender. Och det är en sak som kanske inte ingår eller nu vet inte jag men det här med att uppleva organisationstillhörigheten men nu har jag missat möten med företaget* då jag har en kalender i Outlook företaget* och sen en annan kalender i Outlook på mitt uppdrag då och dom är då separerade för att IT-reglerna speciellt på KF* då liksom skyddar så man inte skall kunna blanda. Min mobil som jag använder på KF* får jag inte ha två kalendrar på för att man inte får blanda enligt deras regler. Vilket är lite störigt. Hehe. Där upplever jag ju att det här vi har på företaget känns mycket mer modernt då.

I: Har någon av de sociala funktionerna bidragit till att du lärt dig något nytt om en kollega?

R: Jaa men det tycker jag. Ehm ja eller jag pratade om pensionsplaceringar med en, nu kommer jag inte ihåg just vem det var men det var en på Stockholmskontoret liksom. Eh och vi hade ju en dialog fram och tillbaks och man får se hem nyfödda bebisar och sånt här, lite familjeliv och så. Sen har jag ju börjat följa mina kollegor på Instagram och Facebook på privata kanaler också så det där. Jag blandar gärna inte då jag har mitt Facebook privat plus som mitt professionella nätverk eh så då blandas det ju in lite där men absolut har jag lärt känna mina kollegor mer genom dessa kanaler, helt klart.

I: Hur känner du då att det har gjort att din tillhörighet till organisationen ökar?

R: Ja men det gör det ju definitivt, man blir ju mer personlig liksom med kollegorna och man vet när vissa är mamma/pappa-lediga och får reda på lite vad de gör om de "Postar" lite.. Och sen om vi har något bra resultat/Förhandling inom företaget* så läggs detta ut på Yammer, det kan vara ny fet kund eller någon guldcertifieringspartner från Microsoft eller att nya människor har blivit anställda, då kommer de ju in. Och just på Yammer har de liksom en sån personlig automatgenererad notis om att en ny person har nu joinat företaget* och att man ska välkomna denne personen. Och då får man också upp första hint om någon ny som blivit anställd.

I: Om vi då tar bara själva Yammerfunktionen, hur upplever du att just den funktionen kan bidra med ökad organisationstillhörighet?

R: Ehh njaaa, jaa. Mer att man väl lär känna varandra på en familjenivå. Det är både privat och professionella saker som blandats där på Yammer på de som är på Öresund. Vi har ju vår egna Öresundsgrupp där kan ske en hel del aktivitet och det är.. Jag ska inte säga skvaller men man kan tagga varandra/skoja med varandra och sådär det är inte så blodigt allvar där så på det sättet tycker jag att det bidrar till tillhörigheten.

I: Att du kommer närmre dina kolleger om det bidrar till att du känner mer engagemang för företaget*.

R: Undrar om det är för företaget* eller om det är för personerna, men företaget* är ju inget utan sina anställda. Det är bara ett tomt varumärke då, så att jo men det gör jag ju helt klart. Men det är ju inte företaget* som säger utan det är personerna som bygger upp företaget* som jag isåfall kommer närmare, det kan jag skriva upp mig på. Men jag vet inte om jag, tur att det är anonymt nu, jag vet väl inte om jag blir mer lojal till företaget* i sig för detta men jag gillar ju människorna här så att det är klart man blir väl lojal på det sättet helt klart. Men det kan ju

finnas trevliga människor på andra bolag som också kör Yammer , det är ju inte unikt för oss men det är den här typen av människor nu då ja. Mmm.

I: Jaa vi har nästan tagit den andra frågan redan, Sista frågan är ju hur du upplever att kommunikationen genom funktionerna i Yammer då påverkar relationen mellan dig och dina kolleger?

R: Jaa det har vi varit inne på, på den andra punkten ja. Men sen också att vi eem. Man får ju reda på, och det var någonting som vi hade uppe på vårt områdesmöte igår och det är det här om att vi i vår grupp som håller på med lite samma saker har väl hyfsat bra koll på vad vi arbetar med liksom. Men sen har jag mindre bra koll på de som jobbar här på kontoret P**** E**** och vad office solutions-teamet gör. Jag vet ju ungefär vilka kunder som finns och vad vi gör men det finns ju intressanta grejer som dyker upp i Yammer där och dem har ju bidragit med detta. Så som att några är på Build^**** konferensen i Seattle nu och den typen av information kan ju vara ”göttig” att få information om och då skapar man lite bättre relation till det teamet kanske. men eeh annars så känner jag väl att kommentarsfälten i Yammer kan skapa diskussioner och sånt. Ibland kan det bli lite som snacket att snacket i fikarummet man inte kan ha hamnar där istället. Vilket ju är viktigt att ha.

I: Är det något du vill tillägga?

R: Jaa jag vet inte. Vi pratade mycket om Yammer men jag tycker att det är ganska teknikneutral även att Yammer nu är en av de trevligare upplevelsorna av intranät som jag kört jämfört med tidigare uppdrag då man haft Facebook till samma funktion. Men det är inte riktigt optimalt. Jag vet inte vad storföretagen skulle tycka om att man diskuterar på plattformar som Facebook och så. Ni är diskussioner inget formellt egentligen men det kan vara att man har ett företagsokej att ha ställen där man kan snacka med varandra.

I: Andra funktioner som vi tagit upp i vår uppsats är ju liksom profilsida och sånt men vad jag vet så är inte ni så uppdaterade utan det är väl mer CV ni har fokus på här?

R: Jaa precis. Dem har vi ju och det är väldigt kul. Det märker jag stor skillnad på när jag kom hit att man måste ha ett säljande CV och vi går liksom till en fotograf och tar proffsfoton liksom och sådär. Så det kändes väldigt, ah men en liten boost att få det jämfört med sitt hemmaknackande CV. Att man nu har en proffsig mall så den är ju najs men den är ju inte kopplat till någon social funktion. Det är ju en word-mall liksom som ligger på sharepoint. Den kanske man kunde befe**** upp. Den har jag ju själv kopierat till linked in så den syns som profiler utåt. Där har vi ju också, LinkedIN är ju en aktiv kanal. Den är ju vår företaget Öresunds publika kanal och sådär.

I: Jag tror vi är väldigt nöjda där då.

R: Vad trevligt!

8.2.2 Intervju 2

I = Intervjuare, R = Respondent

I: Kan du beskriva din roll och dina arbetsuppgifter?

R: Ja absolut, min roll på företaget* idag är team lead och vad jag gör är att jag eeh möter projektens behov med konsulter, det betyder att om jag har ett inhouse projekt eller ett externt uppdrag så ska jag belägga dem och se till att folk vet vad dem ska göra och eller och när och så, erh utöver det så jobbar jag med allt från rekrytering till, eh till vissa försäljningsgrejer och så och lite blandat. Erh kommer ha Lundakontoret som min bas liksom och ansvara för den biten.

I: Du har alltid varit utspridd eller du har varit mycket här?

R: Eh ja er ja jag har ehm jag har en eller 2 dagar i Malmö med mycket möten och såhär, i lund för att i och med att min personal är här så. När jag jobbade som konsult var jag mycket ute hos kund och såhär men nu har jag varit team lead i snart 1 år och då blir det mer inhouse.

I: Hur upplever du som IT-konsult att din arbetssituation påverkar organisationstillhörigheten till konsultbolaget.

R: Det beror ju helt på om man sitter inhouse eller om man sitter, för att vi har både inhouse och externa uppdrag. Men när man sitter i externt uppdrag så är det viktigt att man har nått form av, alltså vi har ju mycket events som erhm månadsmiddagar, vi har sociala grejer på intranätet, vi har slack vi har ja jättemycket kommunikationskanaler och sådär men även om man har det så måste man säga till så att det finns en kontinuerlig konversion där så att inte så att så vanligtvis brukar man ha ganska bra dialog med kontoret men men ehm vissa företag har mer och vissa har mindre. Det beror helt på vissa företag fokuserar ju helhjärtat på att som konsult ha ehm bara vara ute och mata timmar och sen så får man en bra fast lön plus en bra bonus men erhm medan vissa bygger ju kultur och då behöver man ha den här tillhörigheten på ett annat sätt och där är ju vi. vi kör ju inte den här "mata timmar" metoden utan vi är mer kulturskapande och så.

I: Vi definierar organisationstillhörighet som ens vilja att arbeta för organisationen och vara lojal mot den.

R: Jo men det enda sättet att känna tillhörighet är att ha bra kommunikation och att känna att man är del av någonting större än bara att man är ute hos kunden liksom

I: Hur jobbar ni med det då för att skapa den här kulturen?

R: Det är som nu eh företaget* i lund har ju historiskt sätt byggt ett intranät, vi har alltid haft ett intranät där man kunnat kommunicera via chat, man har haft skapa olika chatgrupper, man har haft ehm notifieringar när saker uppdateras, kommentar alltså vi lite socialt media att vi har vi lägger upp inlägg om information om vad som händer i verksamheten, nyheter eller att eh kan även vara enkla saker som att nån ska få barn eller nån har lärt sig någon ny teknik, eller och så. Sen har vi även haft ehm kal, kale, kalendarium med händelser och så som man kan kommentera på och likea och så. ehm så att det är egentligen så vi har jobbat med det och det har varit liksom kärnan för vår verksamhet erhm framåt och det kommer även vara i företaget* skåne då. Erhm vi håller på att föra över vårt intranät till dem som.

I: Vad gör ni aktivt för att liksom motivera konsulterna att använda funktionerna och de?

R: Eh vi lyssnar på efterfrågan vad man vill ha, vi ser till att eh eh att det finns ett engagemang i verksamheten, det är ju inte så att man kan säga att "skriv ett inlägg" utan det ska ju vara att man själv kanske skriver fyra inlägg som är sjukt taggade och sen så följer man och ser att någon annan gör det också och att det inte blir så här strikt att man bara lägger ut att nu, det här är budgeten alltså så information utan det är mer så här häng med på afterwork och sådana saker.

I: Ja då kommer vi in lite på nästa fråga hur erh hur upplever du att informell kommunikation skulle kunna påverka organisationstillhörigheten, (beskrivning av informell kommunikation)

R: Alltså det är ju den enda kommunikationen som man får tillhörighet. den andra, den andra informationen är ju någonting man vill ha som arbetstagare och som arbetsgivare för att känna sig trygg i sin roll eller trygg på sin arbetsplats i att man har kvar sitt jobb eller att ekonomin går bra eller att bolaget sköts på ett snyggt sätt, men det är det andra som skapar kultur och tillhörighet. ehm så att de, ja det är ju det enda vi jobbat hårdast med, men vi har en väldigt öppen kultur här, liksom ingen hierarki utan dem chefer som finns eller som ansvarar är ju som team leads och så här de jobbar ju mer för att, eller vi jobbar mer för att erhm vara stöttande liksom det är ju konsulterna som drar in timmar, vi ska inte sitta och bossa utan vi ska vara stöttande så konsulterna vet vad de ska göra och hur och sen så gör de sitt jobb liksom och det är väldigt bra. På eget initiativ och så.

I: Vilka sociala funktioner har ni då i ert intranät idag?

R: Erhm nu så nu står vi liksom på två ben, vi har. vi har en chat på intranätet vi har inläggsfunktionalitet, vi har kommentarsdelar, vi har erhm om man har utbildat sig i någonting så får man sätta upp personliga mål som man kan gå in och checka av och då syns det i flödet att "nu har magnus avklarat de här kurserna" eller det här och lärt sig dethär. erhm vi har ja likea saker vi har lite profiler man kan få lite information från sina kollegor vi har vem som fyller år vi har en ehm en bot som skriver saker lite random saker i chatte liksom och locka in och se vad har "bob" hittat på idag liksom? ehm botten skickar även ut så här dagens dilbert varje dag liksom i chatten så att saker som liksom ja lättsam information liksom. Idag skickade han ut klockan tre så här "nu är det dags att vattna blommorna för snart är det fredagsölen liksom".

I: Upplever du att folk är mer villiga att lägga inlägg nu när ni har en bot där?

R: ja vi peakade ganska bra i precis innan uppköpet så peakade vi väldigt högt då hade vi mer aktivitet på intranätet än någonsin, både från externt då hade vi en statistik på liksom. Och vi vi såg att han bidrog med att det blev en alltså även om man det inte är någon som svarar på en "godmorgon" så svarar alltid bobby, så det är en kul grej. Eh så bobby svarade "hallå vad ska du göra idag?" då svarade man "jag ska göra dethär bobby" så bobby "ah fan vad gött" och sen så skrev en av våra göteborgsanställda då som vi hade innan kanske skrev någonting "idag är det sol i göteborg" då svarade han "ja och fiskpriset i Göteborg är." så skrev han ut fiskpriset på aborre i Göteborg liksom.. Det är liksom så här roliga smågrejer och alla sen är det också det att det är bara inte vi som har byggt den som kan ändra utan all personal kan gå in och bidra och commita saker till till intranätet. Man kan bidra med koden och det enda som vi gör är en kvalitetssäkring så vi inte sabbar prestanda eller så här. Eh så att alla kan ju bidra

till att förändra boten eller såhär. till exempel så hade vi en kollega som hette moa ganska länge och hon frågade alltid hur har din dag varit från en skala 1-10 liksom för att hon var väldigt såhär. "HUR HAR DIN DAG VARIT?!" liksom såhär jättetaggad och asglad, och nu gör bobby det istället. (skratt) så att om man säger att man skriver moa i chatten så svarar han det liksom. Så som bibehåller vi kultur, vi kan minnas gamla anställda, gamla kollegor och sånt som vi får in nya saker hela tiden så att eh.

I: Har någon av dessa sociala funktioner bidragit till att du lärt dig något nytt om en kollega?

R: Ja absolut, erhm det var ju jätkligt viktigt när man började som konsult och då hade man ju det sättet att lära känna nån som var utanför. För då satt jag mycket inhouse men även de som satt externt lärde man ju känna i chatten först och sen så på nått evangemang och då har man liksom då vet man vad de gillar. tex erik han seglade väldigt mycket så har han lagt upp bilder på det då vet man att han är intresserad av segling och då har vi connectat på det planet och ja generella saker, men alltså det är jätteviktigt.

I: Och du känner att det är ganska vanligt förekommande eller?

R: Ja, jag tror det. Framförallt nu när vi haft en ganska aktiv chat. Nu har vi gått över till slack ganska mycket och vi ska försöka bygga in slack i chatten istället för att få den funktionaliteten så att det är därför vi står lite på två ben. men jag tror det är väldigt viktigt, framförallt med nån ny anställd att känna att det finns mer människor för ibland kan det vara 4 pers på kontoret och då vill man veta vad finns det utanför liksom. Framförallt nu är det viktigare än någonsin för nu är det så att förr så var de dem som satt inhouse satt ju här och de som satt externt satt ju ute hos kunderna men nu har vi de som sitter inhouse sitter ju antingen här eller de som sitter i Malmö eller någon såhär och så sitter även folk hemma så nu blir det ännu mer splittrat än vad det hade varit annars.

I: Om vi ska ta någon av de specifika funktionerna som du nämnt, till exempel profilsidorna, hur upplever du att de kan påverka din känsla av organisationstillhörighet?

R: Erhm, dem hjälper inte alls. de ger mig bara information om den specifika anställda när han fyller år och liksom lite introtext om nån men det som det som ger någon form av tillhörighet är att man kan lägga inlägg och posts eller att man kan chatta och få connection med de andra eller dra ett dåligt skämt i chatten så får man gehör för det liksom sånt som sitter på då på KF* kanske är en lite stelare kultur liksom vem vet, jag har aldrig suttit på KF* så ni kan inte använda det som mot KF* men sen det i en större och trögare organisation, som en kommun till exempel och sitta där då då kanske du inte kan dra samma skämt.

I: Men vilka funktioner är det då som är det mest passande för just dethär området?

R: Nä chatten. jaja chatten utan tvekan.

I: Hur fungerar den chatten då?

R: Tidigare har det varit så att alla har varit i samma chat, men med den här tjänsten slack, där kan man ju skapa grupper. Där skapar vi ju team grupper men vi har även generella för precis alltså det här kontoret då företaget* lund heter det nu och eller företaget* Malmö men men sen har vi även teams som vi ingår ju liksom i ett större team som inte bara sitter här utan och då får vi connection med dem som sitter där som är tidigare företags* anställda. det är det

beror på vad man har för mål med chatten, jag är väldigt lite i den generella jag är med i eh enskilda dialoger eller men jag håller koll på dem generella och så.

I: Hur upplever du att kommunikationen genom funktionerna påverkar relationerna mellan dig och dina kollegor?

R: erhm framförallt så för min del så förtydligar det för mina medarbetare vad jag gör. eh det är ofta såhär att man kanske sitter i möten hela måndagen och tisdagsmorgon i Malmö på kontoret där sen så kommer man in till Lundakontoret vid 11 på tisdag sen så undrar folk vad man har gjort 1 ½ dag? då kan man fortfarande bibehålla en kontakt å informera var man är och var man gör för att liksom generellt finns det en känsla av att man tycker det är kul vad en kollega gör. Eh sen är det också viktigt för mig att kunna fånga upp generella missnöjen man kan tolka det ganska snabbt ifall det är någon som känner sig ganska frustrerad eller missnöjd och då kan man fånga upp det på ett positivt sätt snarare än att det blir att det snackas. Erh ja i eh ja i enskilda rum liksom. Det absolut viktigaste för oss är att fånga upp var folk inte trivs så vi kan hjälpa dem bättre.

Det är ju det vi är ju en konsultverksamhet och då är det ju avgörande att man trivs, och trivs man inte börjar man tappa folk. eh och de dem signalerna måste vi ha liksom

I: En del av organisationstillhörighet är ju att man kan bidra med information, bidra med innehåll. antingen kommentera saker som har hänt företaget och sånt och känna att man blir hört, är det någonting som sker ofta här?

R: Absolut, det är alltid så att om du om någon lägger in ett inlägg så kan du alltid ha åsikter eller kommentera eller likea eller såhär och det gör ju att man blir sporrad att lägga in nytt inlägg. och så fort det kommer ny information så är det alltid ett gäng, nu är vi ju inte jättemånga användare än sålänge, vi kommer ju bli 120 eller vad det nu är men vi är väl ett 30-tal nu eh så att det blir iallafall ett 10-12 likes på inläggen.

I: Vad är det för inlägg du pratar om då?

R: Det kan vara allt från nya tekniker, det kan handla om nyheter i verksamheten, nya kunder nya nya sälj nya projekt alltså det kan vara vad som helst. Eh det kan va att nu sticker jag på semester ha det gött liksom. Eh alltså det kan vara vad som helst.

I: Men vad är det för funktion som används för att göra dessa inlägg?

R: Det är vårt egenbyggda, vi har byggt det rakt av bara.

I: Kan du beskriva vad det är lite mer exakt?

R: Det är bara en det är bara alltså du får välja kategori på posten, sen skriver du en rubrik sen ett inlägg och så i en editor som vi har byggt och sen så postar du det. och sen så kommer det automatiskt upp så du kan kommentera under, precis som vilket sociala medier som helst. Ja lite som Facebook. Vi har ju inte lagt alls någon tid på det men tanken är ju att du ska ha en liknande feeling utan att behöva vara i ett socialt medie i övrigt. visst att man skulle kunna inkorporera liksom i grupper och grejer såhär men du får aldrig samma feeling, som en intranätchat med bot och allt det här.

I: Är det något som du vill tillägga?

R: Näe, eh jag har lärt mig att nutella tydligen är väldigt bra för just kultur också (skratt). En jävla hype kring nutella på kontoret. folk äter nutella med allt, men annars så är det ingenting.

8.2.3 Intervju 3

I = Intervjuare, R = Respondent

I: Kan du beskriva din roll och dina arbetsuppgifter?

R: Jaa, eh jag jobbar ju som datakonsult och eh, det som jag arbetar med är mjukvaruutveckling och systemutveckling och det har jag hållit på med i jaa 18 år eller något sånt som konsult. eh och jag jobbar mest med JAVA och C# och applikationsutveckling, lite högre nivåer. Och just nu så sitter jag och jobbar ute på ett medtechföretag eh och hjälper dem att göra servermjukvara och lite av varje helt enkelt inom mjukvaruutveckling.

I: Hur upplever du då som IT-konsult att din arbetssituation påverkar din organisationstillhörighet till konsultbolaget.

R: Det är ju ganska, ja förlåt du var inte färdig?

I: Ja, alltså med organisationstillhörighet menar vi liksom lojaliteten till konsultbolaget mellan två företag.

R: ja det är alltid knepigt när man är konsult och då tycker jag att det är ganska olika vilken typ av uppdrag man har. Det händer ju ibland att man har inhouse uppdrag och då är det ju inga konstigheter då man sitter med alla sina kolleger. Men sen är det ju rätt stor skillnad på vilken typ av uppdrag man har, låt säga att man skulle sitta ute på KF* eller något sånt där. Där det finns många och det är ett stort företag kanske många av sina kolleger är där och då sitter man kanske och fikar med dem ibland och sådär och hör vad som händer. Eller så kan det hända att man sitter helt ensam på något bolag någonstans och då är det en helt annan sak för man kanske inte riktigt hänger med i snacket och hör vad som händer och då finns det ju, då är det viktigt på ett annat sätt med det som vi pratade om, sociala medier och så där. Internsidor och så.

I: Vi pratar också om informell kommunikation och det definierar vi som kommunikation som skapas mellan två medarbetare utan påtryckning från ledning det vill säga lite mer vanlig kommunikation. Hur upplever du att en sån typ av kommunikation kan påverka din tillhörighet till organisationen?

R: Jo men jag tycker ju att det är jätteviktigt och det är ju det som är svårt när man sitter och inte har så många av sina egna kollegor runt omkring sig för om man har det så tar man ju fikor och hör vad som händer och det är ju väldigt viktigt.

I: Okej, ehm. Vilka sociala funktioner har ni i ert intranät?

R: Ehm jaa vi har ett intranät som heter Connect och dem har. det finns ju ett sånt här flöde på förstasidan där man själv kan ställa frågor eller skriva någon, ja något som är kul för dagen eller vad man vill det är upp till varje medarbetare att skriva vad man vill där. Och det

används ju mest för att man kan, eh ja om man har en teknikfråga eller så så ställer man den där och dels kan man få snabba svar. vilket är skönt för man känner att man är en del av något större då man snabbt får svar från någon annan i företaget*. Sen så kan det vara att det är någon som fyller år så dyker det upp där så kan man skriva grattis och lite såhär. *Det är väl ett sätt att titta in i företaget när man sitter ute på sitt uppdrag och det används ganska så flitigt.* Det tycker jag är väldigt bra faktiskt.

I: Har ni några fler funktioner som du kan komma på?

R: heh när vad skulle det kunna vara. Eller ja om det skulle vara socialt eller något annat eller vad skulle det vara?

I: Jaa sociala funktioner då.

R: Jaa det finns ju alltid möjlighet att kommentera och VD:n lägger upp nyhetsinformation och då kan man skriva kommentarer direkt under dem. Se vad folk tycker och upplever om vissa saker. Jaa. Vad har vi mer. Man kan ju titta in och söka efter kolleger, kika i deras CV ifall man behöver hjälp med något eller ställa en fråga och så kan man starta egna communities som liksom är egna grupper där man har sina dokument på en gemensam yta som ändå bara är för, ah inte för alla utan man kan begränsa vem som får tillgång till dessa och det kan vara alla eller få. Så man kan skapa vilka communities man vill helt enkelt. Om det nu är ja, en idrottsklubb eller vad som helst så kan man starta upp det, det behöver inte vara jobbrelaterat. Och då får man tillhörighet genom det.

I: Har någon av dessa funktioner bidragit till att du lärt dig något nytt om en kollega?

R: Eeh tjaaa, det har det väl på flera olika sätt. Det är svårt att sätta fingret på något särskilt men när det kommer någon nyanställd så lägger de ut lite innehåll i flödet och då lär man sig vad dem tycker är kul och sysslar med på fritiden och då blir det lite som en kickstart för dem skulle man kunna säga. Man har ju något att prata om på fikarasten sedan.

I: Är detta då något som du upplever bidrar till din känsla för organisationstillhörighet att du?

R: Jaa det tycker jag för om man hade suttit ute på uppdrag utan att få reda på vem som börjar så känner man sig ju inte tillhörig till företaget alls utan det tycker jag är ganska viktigt att man får kika in lite där och se vad som händer. Vilka som börjar och vilka som slutar och vad som händer generellt.

I: Du pratade om det där flödet där man kan lägga upp saker, är det lite som att göra statusuppdateringar eller vad är det för typ av kommunikation?

R: Aah det är nästan lite som ett Facebook där man lägger ut en notis så kan folk kommentera det och man kan "gilla" det också alltså att det finns en Like funktion. Om det är någon som lägger ut ett foto på en happening man gjort så kan man kommentera detta så att det är ju ganska informellt men det används fortfarande inte bara för sociala funktioner utan det är ju även som sagt teknikfrågor och det är väl ganska levande vårt intranät om jag skulle beskriva det. Vilket är väldigt bra.

I: Just den funktionen, är det den funktionen som används flitigast av alla?

R: Jaa det skulle jag nog säga

I: Hur upplever du att den bidrar med organisationstillhörighet?

R: Jaa jo men det tycker jag att den gör. Det är ju det första man ser när man loggar in på intranätet, det är liksom startsidan. Och det är det man tittar på mest. Om det inte är något särskilt man är ute efter utan går in på intranätet i syftet av att finna eller söka efter en viss typ av information. Så man brukar väl kika in där på morgonen och runt lunch för att titta lite vad som händer och kolla läget. Jag kan också känna att när man får läsa om saker om organisationen så känner man sig mer delaktig i det.

I: Hur upplever du att kommunikationen genom intranätet påverkar relationerna mellan dig och dina kolleger?

R: Ehh aa, men det är ju så att om man läser något om sina kollegor så får man ju veta mer om dem såklart. Vad som är på gång och om det är någon som har blivit mammaledig eller något sånt så får man oftast veta sånt där. Någons födelsedag och så. Det blir mer snack och närmre relationer med hjälp av intranätet. man kan liksom diskutera saker i kommentarerna och gilla inlägg och så precis som Facebook och det bidrar till dialog.

I: Är det något du vill tillägga?

R: Ehe när det är det väl inte. Mer än att jag tycker att vi har ett väldigt bra socialt intranät och att jag tycker att det är en väldigt viktig funktion när man är IT-konsult annars är det himla lätt att sugas upp i ett nytt företag. Eeh för det är inte så himla ofta man sitter inhouse och träffar sina kollegor utan det är ju när det händer något särskilt eller så får man tar det till vardagliga på intranätet. Så ett viktigt verktyg är det absolut. Och att det funkar då.

I: Jättebra, det var vad vi hade!

R: Strålande och lycka till med uppsatsen!

8.2.4 Intervju 4

I = Intervjuare, R = Respondent

I: Kan du beskriva din roll och dina arbetsuppgifter?

R: Eh ja, jag är anställd på konsultingavdelningen på företaget*. och eh, företaget* är ett stort eh professionellt xxxnätverk som de kallar det och främst i Sverige är vi kända för revision men vi har även vår som jag arbetar med management eh consulting, eh och eh eh inom vår konsultingavdelning så är jag anställd i vårt technology-ben där vi hjälper företag med it strategier it uppköp alltså inköp av system till exempel. Eh projektledning av av it projekt eller chain management projekt som bara har en eh it förändring i grunden eller liknande så att eh det är väldigt brett och varierande uppgifter. Vi just nu sitter jag på ett uppdrag eh hos en klient där jag hjälper till med eh vidareutveckling av två applikationer eh och även aktiv i ett projekt som håller på att köpa in eh ett nytt system.

I: Hur upplever du då som IT-konsult att din arbetssituation påverkar din organisationstillhörighet till konsultbolaget?

R: Eh ja jag, min organisationstillhörighet är väldigt hög eller stor eller hög, eh som jag träffar många kollegor ganska ofta. eh just nu på det här projektet har jag inte arbetat så nära några bolaget* kanske, men vi är inga bemanningskonsulter egentligen så att oftast driver vi projekt tillsammans inom företaget* då, dock ute hos kund. men oftast med andra från företaget*, oh utöver detta så har vi väldigt bra, eller vi får väldigt bra samhörighet, vi gör mycket events, utbildningar och sånt tillsammans. vi har ganska många möten och vi försöker konsekvent ha träffas och ha möten varje fredag och så förhoppningsvis så försöker vi jobba från kontoret då, på fredagar. Det tror jag bidrar väldigt mycket till, att känna sig som ett företag.

I: Hur upplever du att informell kommunikation kan påverka organisationstillhörigheten?

R: eh ja, jag tycker det är positivt, om man lär känna varandra bra så tycker jag iallafall att man liksom snackar om om allt möjligt både då jobbrelaterat och utanför jobbet med. vi vi har ganska mycket sportevenemang och sånt tillsammans också och det är väl nån typ av info men aktivitet liksom och lär känna varandra så det tror jag har positiv påverkan.

I: Vilka sociala funktioner har ni i ert intranät?

R: Eh vi har lite olika. vi har yammer till exempel, eh används kanske inte jättemycket av oss i sverige eh. Vad jag sett hittills iallafall. eh men vi har det globalt också vilket är ganska coolt att vi är väl 250 000 anställda eh så man kan alltid få tillgång till någon typ av expert hjälp liksom eller liknande. Men det kanske är lite mer arbetsrelaterade frågor eller tips och så. eh sen har vi även sen har vi mer formell databas med dokument liksom men det är ingen direkt, det är inget socialt utbyte där men man kanske hittar någon person där så man kanske kan söka typ på eh ja uppköp av något specifikt system så kan det komma upp en massa dokument där men olika konsulter som har gjort liknande uppdrag och då kan man ju kontakta dem efter det. eh skype har vi såklart där vi eh, som jag använder ganska mycket, chat med kollegor. Eh vad har vi mer? vi har ju sharepoint också och det använder vi till dela dela texter internt liksom eller ja uppdateringar liksom. Dels finansiella uppdateringar. Eller strategiska interna strategiska beslut eller ja, eh nån som ska sluta kanske eller nån som ska börja och så. Eh och sen mail såklart.

I: Har någon av dessa funktioner bidragit till att du lärt dig något nytt om en kollega?

R: Eeeh, jaa, typ. Jo eller ja, vet inte. Jo det är klart om om det kanske är någon ny som ska börjar och de skriver var de kommer ifrån eller om man ska lämna och vad de ska gå till kanske. Eh eller när de ska berätta lite kort om sig själva men eh sen om man då använder chattfunktioner och sånt så skulle man väl kunna lära sig nått nytt om nån.

I: Hur upplever du att det kan påverka din organisationstillhörighet att du då kanske får veta något mer om en ny kollega?

R: eh jo den är väl positiv, alltså man får lära sig någonting nytt och då lär man känna någon bättre och eftersom den personen också arbetar då på företaget* så känner man sig väl större eller som en kugge i maskineriet om man känner mer människor inom organisationen. Tänker jag.

I: Vilka funktioner av de du har nämnt är de du använder mest eller får mest ut av?

R: mm. Men det är nog Skype brukar jag använda mest faktiskt. eh det hade ju egentligen varit bra med Yammer, men det blir ju lite mer formell. Skype är lite mer personligt. Och effektivt. Eh det blir väl ett gap ifall inte. Alltså alla måste verkligen använda ett verktyg för att det ska vara effektivt och för att man ska lita på det tänker jag. Eh och det vet jag ju med Skype. Det är väldigt personligt.

I: Hur använder du då Skype?

R: Jag chattar med kollegor liksom när man vill ha lite, eh snabbare input eller. Mail är väl inte liksom lika snabbt. Eller och det kan ju vara arbetsrelaterade frågor eller bara liksom kolla läget och och chatta angående någon social aktivitet eller att man ska spela squash till exempel eller att man ska ses efter jobbet eller liknande. Allt möjligt.

I: Hur upplever du att just den chattfunktion då kan bidra med organisationstillhörighet?

R: Eh jo den är väl den är ju positiv men det känns liksom att om den inte hade funnits så hade jag lika gärna bara kunnat skriva på whatsapp eller Facebook eller eh den är ju inte vital för min organisationstillhörighet. Vi är liksom inte låsta till få verktyg. och det här privata och företagsapplikationerna dem finns ju, det är mindre gränser mellan dem idag, liksom eftersom att jag har ju min arbetstelefon privat också. eh så man känner väl kanske inte riktigt den här att "ja nu är jag på jobbet nu måste jag använda skype liksom" utan det är klart att jag inte kan skriva om företagsgrejer på Facebook till exempel såklart. Men eh det är klart man kan lika gärna smsa om det eller skriva på whatsapp eller liknande. Så jag känner jag är ju inte låst på det sättet eller, om du förstår vad jag menar. jag upplever väl att det är kommunikationen isåfall som eh, påverkar. Vi är ju ganska få här eh nere i Skåne, eh så det behövt. dock så är jag ganska mycket uppe i Stockholm på möten och sånt och jag tror att det, eh det bidrar nog mer. det är svårt att skype, det är sällan man skriver till folk på skype, antingen om det handlar om något företagsrelaterad så kan man ju skriva till lite vem som helst på Skype kanske. men om man bara vill fråga hur är läget, då då är man ofta ganska långt komna i en relation. tycker jag ändå, eh och då för att komma så långt i den relationen så tänker jag ändå att man måste ses ett ex antal timmar beroende på hur pass väl man kommer överens. Eh så det jag tror viktigare med socialt utbyte liksom i real life. men he, eh jag tror att relationerna man redan har isåfall kan stärkas, eh om man liksom har mycket kommunikation genom till exempel Skype.

I: Är där något du vill tillägga inom ämnet?

R: eh nä.. eeh, nä tror inte det.

