



MKV C/HT06  
Handledare: Bodil Eriksson

Högskolan Dalarna  
Institutionen för kultur, media och data  
C-uppsats av Vincent de Deugd

# *Intern Kommunikation*

*En fallstudie på den interna kommunikationen på ZyXEL  
Göteborgskontoret*

## SAMMANFATTNING

ZyXEL är en av världens ledande specialister på bredbandsåtkomsts lösningar. Huvudkontoret är lokaliserat i Taiwan och ZyXEL har kontor i Amerika, Europa och Asien. För närvarande har ZyXEL omkring 1800 anställda globalt, med distributörer i mer än sjuttio länder och produkter marknadsförda i fler än 150 länder på fem kontinenter. Jag fann att det skulle vara intressant att se hur verksamhetens interna kommunikation fungerar idag och hur Shannons och Weavers kommunikationsmodell skulle kunna appliceras på den interna kommunikation jag valt att undersöka.

Kommunikation är en nyckel för utveckling hur informationsspridning appliceras inom företaget i vardagen om nya produkter och koncernnyheter och interna arbetsannonser. Denna syn på kommunikation är dock en liten del av den information som sprids inom ett företag. I denna kvalitativa undersökning kommer jag att undersöka hur informationen sprider sig internt.

I detta arbete har jag valt att undersöka den interna kommunikationen och se hur företagets kommunikation är idag. I detta material kommer det att förekomma en analys av intervjuer som har blivit utförda på personalen på ZyXEL i Göteborg samt den etnografiska observationen och den teoridel jag har valt. I etnografiska studier brukar man kalla denna kombination av observation och intervjuer för triangulering.<sup>1</sup>

Det som kommit fram av undersökningen är kortfattat att den främsta interna kommunikationskanal är det e-post system som finns på ZyXEL men en intressant aspekt som har framkommit är att MSN Messenger används i stor utsträckning i företaget. Övrigt så finns kopplingar mellan teorierna och det material som framtagits.

MSN Messenger är en form av kommunikationskanal används som en kontinuerlig kontakt intern mellan olika kontor runt om i världen. MSN Messenger är en utvecklad form av den elektroniska kommunikationskanalen och används allt i större utsträckning då man kan ha videokonferenser samt ringa till den andre parten via denna kanal. Denna direktkontakt är kanske början till en ny era av elektroniska kommunikationskanaler

---

<sup>1</sup> Mats Ekström Larsåke Larsson (red.) metoder i kommunikationsvetenskap (2000 studentlitteratur, lund) sid 44

## Innehållsförteckning

---

<b>SAMMANFATTNING</b> .....		<b>2</b>
1.	Inledning .....	5
2.	Bakgrund .....	5
3.	Syfte & Frågeställningar .....	6
4.	ZyXEL.....	7
5.	Teori.....	9
5.1.	<i>Kommunikationsmodell</i> .....	9
5.2.	<i>Grundläggande typer av kommunikation</i> .....	10
5.3.	<i>Grundläggande om kommunikation</i> .....	10
5.4.	<i>Etnografiska observationer</i> .....	11
5.5.	<i>Relationsmodellen</i> .....	11
5.6.	<i>Tvåsteghypotesen</i> .....	11
5.7.	<i>Användningsmodellen</i> .....	11
5.8.	<i>Roller</i> .....	12
6.	Internkommunikation .....	13
7.	Kommunikationskanaler.....	15
7.1.	<i>Informationskanaler</i> .....	15
7.2.	<i>Skriftliga Kanaler</i> .....	15
7.3.	<i>Elektroniska Kanaler</i> .....	15
7.4.	<i>Muntliga Kanaler</i> .....	16
7.5.	<i>Kombinera Kanaler</i> .....	16
7.6.	<i>Ny Kanal</i> .....	17
8.	Material och Metoder .....	18
8.1.	<i>Deltagare i undersökningen</i> .....	18
8.2.	<i>Material</i> .....	18
8.3.	<i>Metoden</i> .....	18
8.4.	<i>Procedur</i> .....	18
8.5.	<i>Plats</i> .....	19
8.6.	<i>Avgränsning</i> .....	19
8.7.	<i>Generalisering</i> .....	19
8.8.	<i>Validitet &amp; Reliabilitet</i> .....	19
8.9.	<i>Anonymitet</i> .....	19

9.	Resultat.....	21
9.1.	<i>Intervju med respondent 1</i> .....	21
9.2.	<i>Intervju med respondent 2</i> .....	22
9.3.	<i>Intervju med respondent 3</i> .....	22
9.4.	<i>Intervju med respondent 4</i> .....	23
9.5.	<i>Intervju med respondent 5</i> .....	23
9.6.	<i>intervju med respondent 6</i> .....	24
9.7.	<i>Observationer på ZyXEL</i> .....	25
10.	Slutsatser och Diskussion .....	26
10.1.	<i>Diskussion</i> .....	26
10.2.	<i>Slutsats</i> .....	29
10.3.	<i>Vidare Forskning</i> .....	30
11.	Källförteckning.....	31
11.1.	<i>Tryckta Källor</i> .....	31
11.2.	<i>Internet Sidor</i> .....	31

## 1. Inledning

*”Det krävs ett helt nytt sätt att tänka för att lösa de problem vi skapat med det gamla sättet att tänka. /Albert Einstein”<sup>2</sup>*

Redan i grottmänniskornas tid har det funnits behov att förmedla budskap, detta har människor hittat bevis på i form av grottmålningar. Från och med att förmedla budskap via grottmålningar till dagens masskommunikationssamhälle, där företag har komplexa kommunikationsstrategier och system, har kommunikationen genom tiderna varit viktig för människan. Kommunikation är basen för att alla organisationer skall fungera på ett bra sätt. Det är därför viktigt att det finns en tydlig kommunikationsstrategi så att rätt man eller kvinna får rätt information. Kommunikation är ett brett ämne och det lätt att hamna vilse i sin forskning om man inte har klara riktlinjer att gå efter. Kommunikation kan betyda flera saker. Enligt Larsåke Larsson i boken *tillämpad kommunikationsvetenskap* menar han att det kan ses som kontakt i allmänhet mellan människor och grupper, som samtalar på gatan eller Internet – ”Chat” eller – ”blogg”. Det kan lika väl betyda organisationers planerade kontaktformer och struktur för fungerande samverkan mellan berörda grupper och enheter internt och externt.

## 2. Bakgrund

Kommunikation har länge varit vikten av vårt sätt att kunna förstå varandra och förmedla budskap till varandra. Men vad är kommunikation? Kommunikation är en av de mänskliga aktiviteter som alla känner till men få kan definiera tillfredställande. Kommunikation är att prata med varandra, television, att sprida information, listan är ändlös.<sup>3</sup> Då det finns många sätt inom organisationer att kommunicera internt och externt. Detta arbete kommer att belysa den interna kommunikationen.

Det är viktigt att informationsflödet fungerar på ett effektivt sätt, detta gäller för de flesta organisationer och företag. Till att börja med skall det finnas en effektiv kommunikationsmodell att strukturera upp verksamheten kring. På detta sätt kan ett företag få en effektiv informationsspridning. Det finns hinder som gör att kommunikationen inte går fram, rent tekniska problem och även hinder så att budskapet bokstavligen och bildligt inte når fram för att det drunknar i störningar och brus.<sup>4</sup>

I slutet på 1800-talet började vetenskapsmännen intressera sig för organisationer, här utgick man oftast ut från hur organisationen skulle se ut för att vara så (ekonomiskt) effektiva som möjligt, man utgick från produktionen i sig. Vikten av information observerades och studerades inte förrän 1940-talet. Informationen betraktades utifrån två grundläggande dimensioner: förståelighet och övertalningsförmåga, man såg på kommunikationen inom organisationer från en vinstmaximerings syn där individerna betraktades som arbetande maskiner.<sup>5</sup> På senare tid har olika kommunikationsmodeller framställts och blivit allt mer förfinat.

---

<sup>2</sup> <http://www.friberga.se/Sidor/Bibliotek/biblioteket.html>

<sup>3</sup> Kommunikationsteorier En introduktion (John Fiske 2003) S. 12

<sup>4</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 S. 12

<sup>5</sup> Intern kommunikation inom organisationer företag och myndigheter (Jan Strid) 1999 S. 9

Om nu ett företag eller en organisation helt och hållet skulle sluta att arbeta med information skulle resultatet bli att ingen skulle veta någonting om det som sker inom organisationen eller företaget. Ingen vet hur det var, hur det är eller hur det blir. Detta skulle resultera i att organisationen eller företaget inte skulle överleva särskilt länge<sup>6</sup> Denna vikt av information och kommunikation inom företag organisationer gav upphov till att göra detta arbete.

### 3. Syfte & Frågeställningar

Det övergripande syftet med denna undersökning är att utifrån teorier om Internkommunikation och media och kommunikationsvetenskapsämnet, se vilka kommunikationskanaler samt informationsvägar som finns. Hur fungerar den interna kommunikationen på Göteborgskontoret hos ZyXEL?

#### Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka den interna kommunikationen samt ta reda på vilka informationskanaler som används idag på företaget ZyXEL i Göteborg. Samt se hur dessa fungerar i praktiken och vilka kanaler som är lämpligast just för ZyXEL. För att få material och underlag till att svara på uppsatsens frågeställning och uppfylla syftet är utgångspunkten intervjuer och observationer.

#### Frågeställning

För att få en överblick om de befintliga informationskanalerna som används idag.

- Vilka informationskanaler används i störst utsträckning på ZyXEL?
- Finns det kanaler som används mer än andra?
- Kommer budskapet fram som sändaren tänkt sig?

I detta arbete har jag valt att se över den interna kommunikationen och valt att undersöka hur företagets kommunikation ser ut i dagens läge. Samt undersöka vilka informationskanaler som används i störst omfattning i dag. En aspekt som också kommer att tas till i undersökningen är att se om det finns någon informationskanal som används mer än någon annan. Genom undersökningen bör man också få fram om den information, som sänds ut genom de olika informationskanalerna, kommer fram till mottagaren så som avsändaren formulerat sig, eller om den finns något brusmoment på vägen mellan sändare och mottagare.

---

<sup>6</sup> Erikson, Peter (2002) Planerad kommunikation 3:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi S. 54

## 4. ZyXEL

Det företag som den tänkta undersökningen skall handla om är ZyXEL.

Företaget ZyXEL grundades av Dr Shun-I Chu i Taiwan år 1989 som en modem utvecklare, ZyXEL har sedan företagets etablering anpassat sig flera gånger som respons på de olika förändringar som utspelat sig i den hastigt utvecklande nätverksindustrin.

*“ZyXEL's main product lines have shifted from modems, ISDN terminal adapters, and routers for individuals and small businesses to a comprehensive range of networking solutions for a more broadly defined customer base including larger enterprises and service providers.”<sup>7</sup>*

Idag är ZyXEL en av världens ledande specialister på bredbandsåtkomsts lösningar. Med huvudkontoret lokaliserad i Taiwan så har ZyXEL kontor i Amerika, Europa, and Asien. För närvarande har ZyXEL omkring 1800 anställda globalt, med distributörer i mer än sjuttio länder och produkter marknadsförda i fler än 150 länder på fem kontinenter.<sup>8</sup>

Några datum som har varit viktiga för koncernen ZyXEL från starten år 1989 till år 2005. År 1991 utvecklades de första ZyXEL modemmet, år 1996 utvecklades deras första router, år 2002 började ZyXEL att expandera ut på den switch marknaden och år 2005 så kom ZyXEL med sin första såkallade Network-Attached Storage (NAS).

ZyXEL är ett företag med ett stort kommunikationsbehov, detta är för att företaget finns i alla dessa länder och har ett stort behov att kunna förmedla information mellan de olika kontoren. ZyXEL i norden har kontor i Danmark, Finland, Norge och Sverige.

Danmark är huvudkontoret för norden I Sverige finns det två dotterbolag, kontoren är placerade i Stockholm och andra i Göteborg. Det är Göteborgskontoret som står här i fokus. De beslut som tas för Sverigekontoret kommer i regel från Danmark men i vissa fall kommer beslut och order från Taiwan denna hierarkistruktur underordnar huvudkontoret i Danmark.<sup>9</sup>

Kontoret i Göteborg ligger i fokus på min undersökning, på kontoret finns det 8 anställda med olika befattningar. Dessa är finans, Support manager, Första support, andra och tredje support ingenjör, försäljning och produkt marknadsföring detta kan man se enligt organisationsschemat (se figur 1) där har de anställda på ZyXEL i Göteborg sin respektive arbetsuppgifter.

---

<sup>7</sup> <http://www.zyxel.com/corporate/about.php>

<sup>8</sup> <http://www.zyxel.com/corporate/about.php>

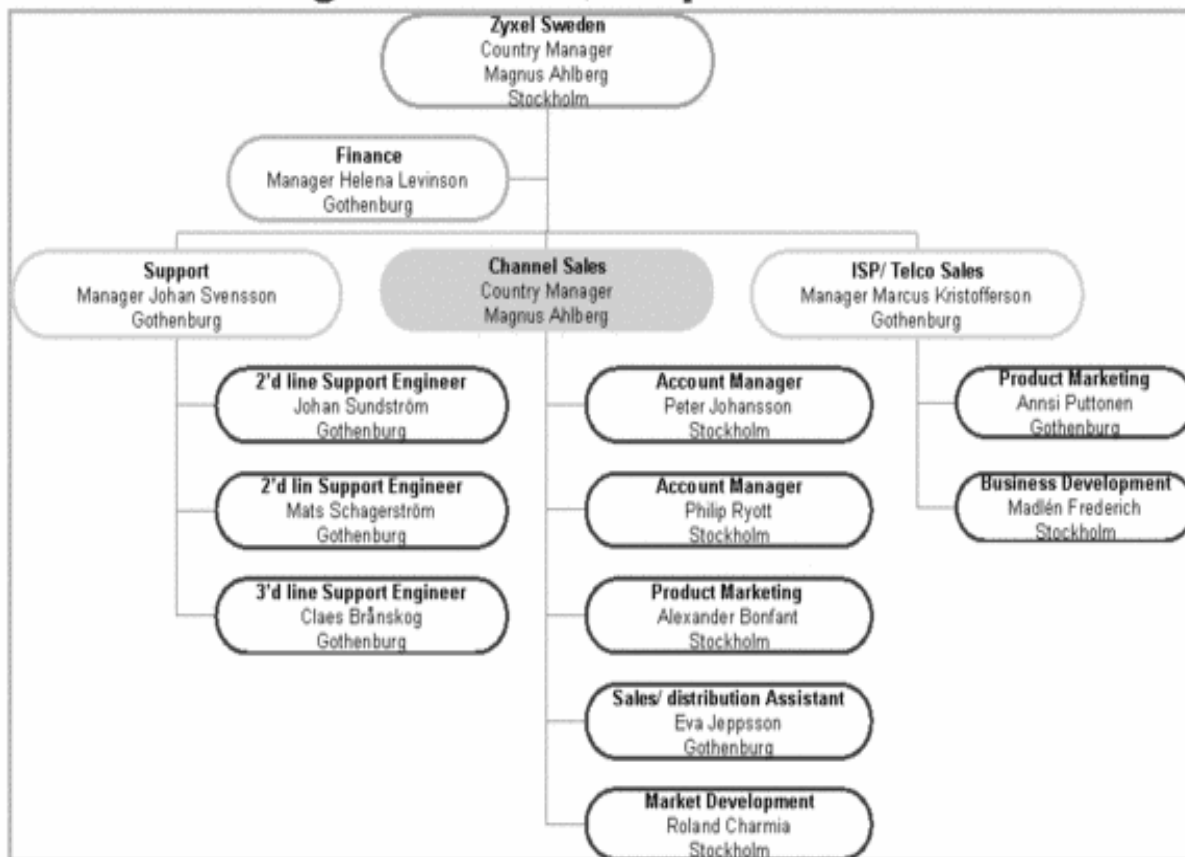
<sup>9</sup> Claes Brånskog third line support engineer Zyxel i Göteborg

ZyXEL i Göteborg testar nya produkter och ger support för de produkter som finns ute på marknaden. I Göteborgskontoret så arbetar tre personer med att bringa support till sina klienter. Detta kan man se på organisationsschemat (se figur 1).

Nedanför figur visar organisationsschemat just för ZyXEL i Sverige <sup>10</sup>

Figur 1

## Sweden Organization, September 2006



På ZyXel används olika kommunikationsmedel såsom det elektroniska kommunikationssystemet intranät och e-postsystemet. E-postsystemet är det som används främst inom ZyXel som den officiella kommunikations kanal. Detta gäller för det uppstår informationsbehov av den officiella karaktären. När det inte finns behov för officiella handlingar så uppstår det mer kontakt mellan de anställda.<sup>11</sup> Enligt Jan strid så menar han att om man vill skapa en relation till en medarbetare så är konversation att föredra medan e-post är att fördra när det skall handla om snabba svar och stressade situationer.<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Johan Svensson Support Manager ZyXel i Göteborg

<sup>11</sup> Johan Svensson Support Manager ZyXel i Göteborg

<sup>12</sup> Intern kommunikation, *inom organisationer, företag och myndigheter*. (Strid, Jan.1999) S. 88



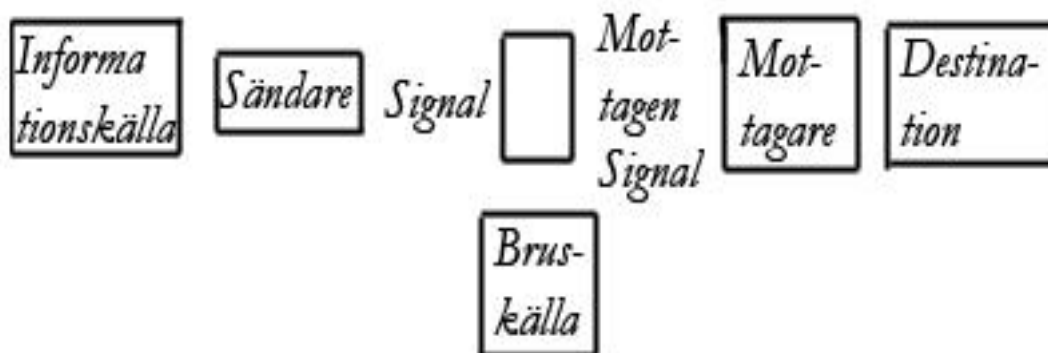
## 5. Teori

De teorierna som är väsentliga för denna undersökning kommer att presenteras i detta kapitel. Det är viktigt att ta upp teorier för att få en hållbar slutsats i en vetenskaplig undersökning. Teorierna har framtagits ur följande studentlitteratur Rolf Granér (Arbetsgruppen, Den professionella gruppen psykologi, 1991), Larsåke Larsson Tillämpad kommunikation 2001, John Fiske Kommunikations Teorier En introduktion 2003, Mats Ekström Larsåke Larsson Metoder i kommunikationsvetenskap (red.) 2000, Jan Strid Intern kommunikation inom organisationer, företag och myndigheter, 1999, Erikson Peter (planerad kommunikation 3:e upplagan.) Malmö: Liber Ekonomi 2002. Anledningen att denna litteratur har använts är dess innehåll om kommunikationsämnet samt teorisamlingar som är relevanta för undersökningen som utförs i detta arbete.

### 5.1. Kommunikationsmodell

Den så kallade kommunikationsmodell, en bas modell som utformades av Shannon & Weaver. Enheterna i modellen är som följande (sändaren – meddelandet – kanal – mottagare) dessa har blivit självklara begrepp i all teoribildning på området.<sup>13</sup> Den så kallade ”Mathematical Theory of Communications” (1949, Weaver, 1949b)<sup>14</sup>

Figur 1. Shannon's och Weavers kommunikations modell 15



Shannon och Weaver identifierar tre problem nivåer vid kommunikationsstudier. Dessa är:

Nivå A  
(Tekniska problem)

*Hur exakt kan kommunikationsymbolerna överföras?*

Nivå B  
problem) betydelsen?

*Hur noggrant uttrycker de överförda symbolerna den önskade (Semantiska*

Nivå C  
(Effektivitetsproblem)

*Hur effektivt påverkar den mottagna betydelsen beteendet på önskad sätt?*

<sup>13</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 S. 39

<sup>14</sup> Kommunikations Teorier En introduktion (John Fiske 2003) S. 12

<sup>15</sup> Kommunikations Teorier En introduktion (John Fiske 2003) S. 18

På Nivå A kan man förstå att det handlar om den tekniska aspekten och detta förklaras med att modellen ursprungligen utvecklades för nämligen att utarbeta ett sätt att använda kommunikationskanalerna på så effektivast möjliga sätt. Vidare på den semantiska nivån så menade Shannon och Weaver att exempelvis betydelse av ord, betydelse inryms i meddelandet. På nivå C så tyder det på den hur effektivt den ”signalen” meddelandet nått fram.<sup>16</sup>

Sätter vi detta i ett konkret perspektiv kan vi säga att chefen skickar ut ett Pm till sina anställda via E-post då är chefen informationskälla och E-posten omvandlas av sändaren till en signal och det Pm som skickas symboliserar signalen som skickas till sina mottagare och sin destination. Nu kommer då brus källa in detta kan handla om en rad saker man kan påstå att det är allt som läggs till signalen mellan sändningen och mottagningen och som inte avsett av källan (chefen) exempel i detta fall på brus är att e-posten kanske hamnar i skräppost och då är det en brus källa. Det är här problemen i den linjära kommunikationen kan träda fram.<sup>17</sup>

## 5.2. Grundläggande typer av kommunikation

Enligt James Carey (1992) kan man skilja på två grundläggande typer av kommunikation. Den första avser spridning och förvärvande av information, den kallas ”transmissions - kommunikation” och den andra gäller kontakten mellan människor för att skapa sammanhållning och en gemensam kultur såkallad rituell kommunikation<sup>18</sup>

## 5.3. Grundläggande om kommunikation

Kommunikation är ett mycket brett vetenskapligt begrepp som behöver preciseras, särskilt i förhållande till begreppet information. Larsåke Larsson definierar kommunikation som processen för människors kontakt med varandra. Det finns två sätt att se på den här processen. Det ena sättet är att se den som förmedling av signaler i form av budskap, attityder och känslor mellan sändare och mottagare. Här är kontakten linjär. Det andra sättet innebär att man ser på processen som en interaktion. Begreppen sändare och mottagare har ersatts med deltagare. Kommunikation blir med denna syn en process där deltagarna tillsammans skapar och delar information i syfte att nå en ömsesidig förståelse. Medan kommunikation är själva processen är informationen innehållet i denna process.

---

<sup>16</sup> Kommunikations Teorier En introduktion (John Fiske 2003) S. 18

<sup>17</sup> Kommunikations Teorier En introduktion (John Fiske 2003) S. 19-20

<sup>18</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 S. 11

#### 5.4. Etnografiska observationer

I boken *Metoder i kommunikationsvetenskap* så tar Mats Ekström och Larsåke Larsson upp etnografiska observationer som kan förklaras enligt följande.

*"Participant observers do ethnography, which is the description, classification, and interpretation of particular group's way of life (Denzin 1989, s156).*

*The ethnografer participates in people lives for an extended period of time, watching what happens, listening to what is said, asking questions ... collecting whatever data are available to throw light on the issues with which he or she is concerned (Hammersley och Atkinson 1983, s. 2)"<sup>19</sup>*

Så beskrivs den etnografiska ansatsen i två standardverk på området. Detta är ingen direkt teori utan mer en forskningstradition som särskiljer sig genom både de metoder som tillämpas och de frågeställningar som forskaren arbetar med. Detta sker oftast i kombination med intervjuer. Detta klassificeras som fältforskning. Vilket har applicerats i detta arbete.

#### 5.5. Relationsmodellen

Relationsmodellen utgår från att kommunikationsprocessen är en delad upplevelse, där man utbyter information på lika villkor. Här handlar det inte om att övertyga någon annan med sina egna kloka argument. Viktigare är att lyssna, ta in information, och tolka. En dynamisk process som ständigt utvecklas<sup>20</sup>

#### 5.6. Tvåsteghypotesen

Tvåsteghypotesen går ut på att informationen förmedlas till opinionsledare som i sin tur förmedlar den vidare till de kontor där lokala opinionsledare har gehör.

Utvecklingen på denna modell har bidragit till utvecklingen av (Diffusion of innovation Theory Rogers 1995) Även kallad spridningsteorin kan kortfattat beskrivas hur budskap förmedlas över tid genom olika kanaler och bland medlemmar i olika sociala grupper<sup>21</sup>

#### 5.7. Användningsmodellen

Uses and Gradifications som även är kallad användningsmodellen. Denna teori är en slags omvänd spridningsmodell där människor använder vissa medier exempelvis inom ett företag för att tillgodose vissa behov som sedan ger tillfredställelse<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> *Metoder i kommunikationsvetenskap* (Mats Ekström & Larsåke Larsson) 2000 S. 24

<sup>20</sup> *Tillämpad kommunikation* (Larsåke Larsson) 2001 S. 43

<sup>21</sup> *Tillämpad kommunikation* (Larsåke Larsson) 2001 S. 41

<sup>22</sup> *Tillämpad kommunikation* (Larsåke Larsson) 2001 S. 42

## 5.8. Roller

Vidare så finns det en aspekt som ofta förbises är de olika roller medarbetarna intar i olika sammanhang. Detta är viktigt att beakta de olika roller vi utvecklar i olika grupper.

Utgångspunkten för dessa roller kan bero på rädsla, maktbehov, önskan om inflyttande, idériakedom, feighet, eller annat. Detta belyser en del om den interna dialogen.<sup>23</sup> I boken planerad kommunikation av Peter Eriksson tas det upp ett flertal exempel på dessa roller. Några exempel är ja-sägaren den som ser till vad inflytelserika personer i gruppen har för åsikt först och därefter väljer sina egna inlägg, oftast med uddlösa och ganska självklara kommentarer. Experten kan vara tillfälligt inkallad expert till ett möte eller en konferens. Den här rollen bygger på auktoritet genom sakkunskap är det mest ändamålsenliga sättet att nå önskat resultat. Expertens diskussioner är oftast mycket sakligt baserad. Ledaren är den som för gruppens arbete framåt, oftare genom att ha en informell roll än en formell roll. Gruppen väljer naturligt ut sina ledare. Den formella ledaren som inte är den egentlige ledaren i gruppen brukar få problem. Talaren är den som alltid fyller eventuell tystnad på möten, mer som ett ändamål i sig för att han eller hon bidrar med nya synpunkter. För talaren är det viktigt att diskussionen förs framåt. Blir talaren engagerad kan en tämlig en oviktig fråga på agendan uppta större delen av den utsatta möte tiden. Listan med tänkbara roller kan göras hur lång som helst, naturligtvis kan samma person inta olika roller eller en kombination av roller under ett och samma möte, beroende på hur andra agerar och egna åsikter i de ämnen som berör.<sup>24</sup> Denna aspekt belyser den aspekt om varför viss kommunikation uppstår inom ett företag eller organisation.

---

<sup>23</sup> Erikson, Peter (2002) Planerad kommunikation 3:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi S. 64

<sup>24</sup> Erikson, Peter (2002) Planerad kommunikation 3:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi S. 66

## 6. Internkommunikation

Inom en organisation finns det olika slags kommunikation.

Larsåke Larsson diskuterar intern och externkommunikation. Det är en vanlig indelning i organisationer. Både intern och extern kommunikation kan i sin tur delas in i formella och informella kontakter. Den formella kommunikationen är den kommunikation som ledningen initierar, medan den informella kommunikationen är den interaktion som medarbetarna skapar vid sidan av den formella kommunikationen. Till den interna formella kommunikationen räknas mål och policy, regler och riktlinjer och producerad information (möten och informationsmaterial) och även intranät.<sup>25</sup>

När det handlar om informationsvägar inom företag eller organisationer kan man skilja mellan direkta och indirekta<sup>26</sup> Strid definierar kommunikation som flödet av information, eller budskapsförmedling mellan två eller flera personer. Internkommunikation innebär därmed informationsflöde mellan medlemmar i en organisation, eller närmare bestämt: ”budskapsöverföring mellan människor vars relationer är varaktigt strukturerade för att uppnå något bestämt mål.”<sup>27</sup>

När det handlar om informationsvägar inom företag eller olika föreningar så kan man dela in vägarna i två delar. Dessa är direkta och indirekta alternativt personliga samt opersonliga. I boken Intern kommunikation av Jan Strid så tar han upp de vanligaste. Direkta informationsvägar kan vara chefen, arbetskamrater och arbetsträffar eller informationsmöten sedan indirekta informationsvägar såsom massmedia, personaltidningar och anslagstavlor samt den nya informationsteknologin som exempelvis ett intranät<sup>28</sup>

Förmän och chefen har i kommunikationsuppdrag att vara förmedlare av information som ligger dem nära, de är de formella opinionsledarna, länkarna mellan organisationens delar. Mycket hänger på de att kommunikationen skall fungera. Problem som kan uppstå är sannolikt en av de största och det är trovärdigheten. I kommunikations aspekt så är det viktigt att informationen som ges är korrekt i alla lägen. Om oriktig information förmedlas eller ges inom en organisation eller företag kommer det i längden att försämra trovärdigheten hos den som ger ut informationen. Oftast uppstår det problem vid formella och eventuella informella opinionsledare då det gäller information som skall gå via vissa personer till andra.<sup>29</sup>

Enligt Larsåke Larsson (Tillämpad kommunikation) så tillfredställer formella kanaler sällan helt personalens behov av information det finns ett direkt samband mellan informell samt formell kommunikation och behoven. Desto mindre de formella kanalerna tillgodo ser personalens med relevanta budskap, information ju mer utvecklas de informella kanalerna. Såsom ryktesspridning (djungeltrumman)<sup>30</sup>

---

<sup>25</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 S. 66-67

<sup>26</sup> Intern kommunikation, *inom organisationer, företag och myndigheter*. (Strid, Jan.1999) S. 9

<sup>27</sup> Intern kommunikation, *inom organisationer, företag och myndigheter*. (Strid, Jan.1999) S. 14

<sup>28</sup> Intern kommunikation, *inom organisationer, företag och myndigheter*. (Strid, Jan.1999) S. 53

<sup>29</sup> Intern kommunikation, *inom organisationer, företag och myndigheter*. (Strid, Jan.1999) S. 55

<sup>30</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 S. 68

Enligt Kreps i boken tillämpad kommunikationsvetenskap av Larsåke Larsson så finns det fyra funktioner som redogör för hur en god internkommunikation skulle kunna se ut sett ur lednings synvinkel.

- \* Att sprida och genomsyra verksamhetens mål, uppgifter och regler
- \* Att samordna verksamheten i organisationen
- \* Att förse ledningen med upplysningar om tillståndet i organisationen och om tillförlitligheten i den information som förmedlas till medarbetarna
- \* Att socialisera in medarbetarna i organisationens kultur.<sup>31</sup>

När man ser på kommunikationsprocessen ur ett psykologiskt perspektiv så ser man olika hinder som måste övervinnas. Hindren ligger antingen hos sändaren, hos mottagaren eller hos båda. Ytterligare problem kan uppstå i en arbetsgrupp när utrymmet för socioemotionellt präglad kommunikation är begränsat, kommunikationsmönstren är försvarsinställda, det finns en övertro på det verbala budskapets möjligheter och interaktionen präglas av dubbla och oförenliga budskap.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 S. 70

<sup>32</sup> Rolf Granér (Arbetsgruppen, Den professionella gruppen psykologi, 1991) S. 198

## 7. Kommunikationskanaler

Kommunikationskanaler är olika sätt att förmedla sitt budskap eller information igenom. Det är en viktig punkt i kommunikationsaspekten att belysa för att få en översyn över helheten av den interna och externkommunikation.

### 7.1. Informationskanaler

Olika sorters kanaler kan användas för att kommunicera internt i boken Planerad kommunikation så tar Peter Eriksson upp de följande informationskanalerna skriftliga, muntliga och elektroniska, även kallad interaktiva, kanaler Informationskanaler är viktigt för att företaget eller organisationen skall fungera på ett effektivt sätt. På ZyXEL används E-post systemet till en mycket stor utsträckning<sup>33</sup> detta beror på att ZyXEL måste ha ständig kontakt med sina filialer runt om i Norden och även i utlandet. Kommunikationsflödet är ständigt och måste därför flyta fram på ett problemfritt sätt. På ZyXEL förekommer det även andra kommunikations- samt informationskanaler såsom muntliga, skriftliga och elektroniska.

### 7.2. Skriftliga Kanaler

Print media som lånas allt oftare från engelska menar man skriftliga kanaler det som är den tryckta informationen som på olika typer av papper eller annat material. Skriftliga kanaler är bland annat företagspresentationer, trycksaker, personaltidningar, OH-material, protokoll, PM och så vidare. Fördelen som finns med de skriftliga kanalerna är att risken för feltolkningar är mycket liten samt att den som tar åt sig av den tryckta informationen när som helst kan gå tillbaka och läsa texten på nytt. Detta är förstås om det som står är korrekt angivet. En annan fördel med denna typ av kanal är att den kan användas när läsaren själv vill det ta med sig personaltidningen. Sedan kan kanalen nå läsaren på olika platser såsom anlagstavlan på väg till matsalen Nackdelar med den skriftliga kanalen är dock de små möjligheterna till en dubbelsidig dialog en tvåvägskommunikation. Skriftliga kanaler är därför lämpliga när det gäller att förmedla och dokumentera fakta. I takt med att det förekommer allt fler datorer på arbetsplatserna så överförs det mycket av den skriftliga informationen till elektroniska medier. Det är viktigt att även i fortsättningen kombinera den skriftliga med den elektroniska kanalen.<sup>34</sup>

### 7.3. Elektroniska Kanaler

Elektroniska kanaler består av en mängd olika kanaler några av de viktigaste är e-post, intranät, videokonferens, telefonkonferens, intern- TV, internradio, elektroniska meddelande system, och databaser. Intranät och e-post har kommit att bli en stor del av Interna kommunikationen på arbetsplatser. Genom intranätet kan både nyheter och mer komplex information göras tillgängligt för dem som använder systemet<sup>35</sup>. Intranät är ett system där informationen enkelt sprids internt och där personalen lätt kan söka efter den information han vill ha. Ett intranät används främst till att publicering av interna dokument och för att snabbt ge företagets medarbetare tillgång till viktig och färsk information. Att använda intranätet i praktiken så kan exempelvis huvudkontoret publicera allt ifrån telefonlistor, semesterscheman, utbildningsprogram på video, marknadsplaner, mötesprotokoll osv.

---

<sup>33</sup> Johan Svensson Support Manager Zyxel i Göteborg

<sup>34</sup> Erikson, Peter (2002) Planerad kommunikation 3:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi sid. 61

<sup>35</sup> Erikson, Peter (2002) Planerad kommunikation 3:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi sid. 62

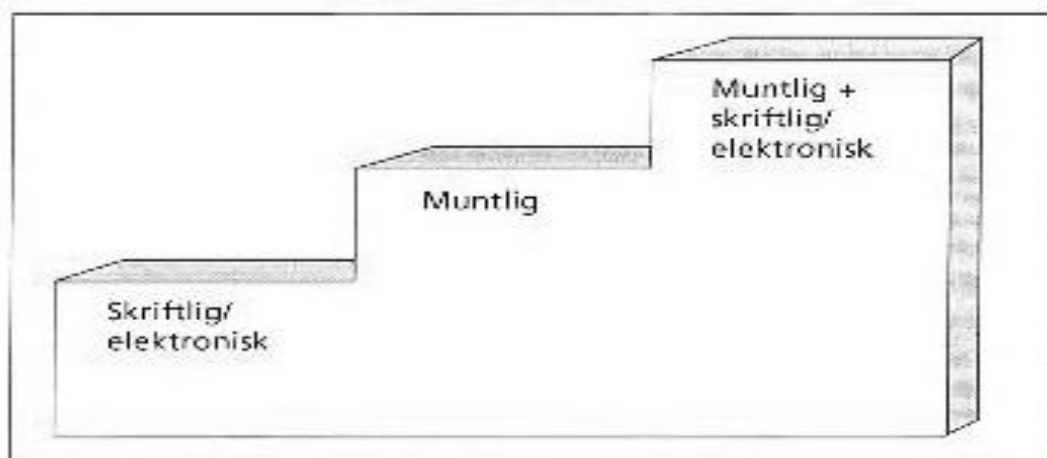
Marknadsavdelningen kan publicera deras information som berör deras område och detta gäller för andra avdelningar inom företaget. Det finns tre stora användningsområden för intranät dessa är: Publicering av företagsinformation, på ett enkelt sätt ge personalen tillgång till information och interna databaser och effektiv och rationell samordning och förbättrat arbete internt. På ZyXEL är intranätet ganska färskt och personalen där hoppas på att systemet skall utvecklas på så sätt att mer information kommer att bli tillgängligt. Så för närvarandet använder personalen främst E-post systemet som den interna kommunikationen samt för att få information som berör deras produkter

#### 7.4. Muntliga Kanaler

Det som är det mest tidskrävande på arbetsplatser är möten och andra former av muntliga kontakter. Det är själva grunden för att någon utveckling skall ske på en arbetsplats de som är informationsansvariga på en arbetsplats har därför ett anser att kunna bidra med att underlätta den muntliga dialogen och mötesverksamheten. I verkligheten tar få informationsansvariga sig tid med att utveckla den muntliga analysen i sin organisation. Muntliga kanaler bland annat av planerade eller informella möten, konferenser, utbildningar och seminarier. Den muntliga kommunikationen har tydliga fördelar när det gäller tankeutbyte möten innebär en chans till att få alla att få sina frågor eller funderingar besvarade. Möten med andra individer tillfredställer till viss grad våra psykologiska behov, därför är det viktigt att ha en dialog på arbetsplatsen om mål och mening för allt för många känner en tomhet på sin arbetsplats. Därför behöver det genuina samtalet återuppväckas.<sup>36</sup>

#### 7.5. Kombinera Kanaler

För att kunna uppnå effektivitetskravet gäller det att kombinera olika typer av de interna kanalerna och kommunikationen. En kombination av muntliga skriftliga och elektroniska kanaler som kompletterar varandra leder till störst effekt när det gäller både ledningens ambitioner och utveckla arbetarnas kunskap samt att kunna ge medarbetarnas syn på verksamheten det hela beskrivs som en trappa där den muntliga dialogen kompletteras med skriftliga och elektroniska kanaler. Se figur (3.4)<sup>37</sup>



Figur 3.4

<sup>36</sup> Erikson, Peter (2002) Planerad kommunikation 3:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi sid. 63

<sup>37</sup> Erikson, Peter (2002) Planerad kommunikation 3:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi sid. 68



## 7.6. Ny Kanal

En ny elektroniskkommunikationskanal som har börjat slå sig starkt igenom är MSN Messenger vilket står för Microsoft Network. Microsoft har lanserat nästa version av Microsofts program för direktmeddelanden, Windows Live Messenger i Sverige vilket skall idag ersätta den populära direktmeddelandetjänsten MSN Messenger.

I Sverige finns idag 2,7 miljoner aktiva Messenger-användare, och redan innan lanseringen av Windows Live Messenger har över 140 000 svenskar använt betaversionen som har funnits tillgänglig sedan april. Windows Live Messenger är den första produkten ut i Microsofts Windows Live-satsning. Idén med Windows Live är att ge användaren större kontroll över sin information, sina kontakter och intressen genom smart integration mellan de Internettjänster man använder som mest.<sup>38</sup>

MSN skall göra det enklare, säkrare och tryggare att komma i kontakt med personer eller hitta den information man behöver, oavsett om man använder en stationär dator eller är ute och rör på sig. MSN Hotmail är en tjänst som är kopplad till MSN Messenger och används av 230 miljoner användare i hela världen, vilket gör det till världens största webbaserade e-posttjänst. Det är även den e-posttjänst som är störst i Europa, med över 27 miljoner användare.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> <http://advertising.msn.se/Home/Article.aspx?pageid=50?pageid=170&articleid=4037>

<sup>39</sup> <http://advertising.msn.se/MSNSites/default.aspx?pageid=2>

## 8. Material och Metoder

Det material jag har använt mig av är litteraturen och intervjuer samt en etnografisk observation studier. I denna fältstudie har jag kunnat applicera de olika metoder och format den trianguleringen, vilket ni kan ta del av i detta arbete.

### 8.1. Deltagare i undersökningen

På ZyXEL i Göteborg finns det 8 anställda, 2 av dessa jag inte intervjuat. Detta är på grund av att de personerna inte hade tid till intervjuerna. Så dessa 2 anställda räknas som bortfall.

### 8.2. Material

Den litteraturen jag har använt mig av är Rolf Granér (Arbetsgruppen, Den professionella gruppen psykologi, 1991), Larsåke Larsson Tillämpad kommunikation 2001, John Fiske Kommunikations Teorier En introduktion 2003, Mats Ekström Larsåke Larsson Metoder i kommunikationsvetenskap (red.) 2000, Jan Strid Intern kommunikation inom organisationer, företag och myndigheter, 1999, Erikson Peter (planerad kommunikation 3:e upplagan.) Malmö: Liber Ekonomi 2002.

Övrigt material som har använts är intervjufrågor och de svar som har framkommit av intervjun. De svaren finns i bilagorna. När intervjuerna utfördes har utgångspunkten varit ett frågeformulär. (se bilaga) Detta frågeformulär har inte varit varierande när intervjun utfördes.

### 8.3. Metoden

Jag har använt mig av är kvalitativ metod i form av en triangulering där kombinationen av den etnografiska observationen och de intervjuerna som har utförts på ZyXEL.

Till denna uppsats har jag utfört intervjuer med dem anställda på kontoret i Göteborg Dessa intervjuer har gett en djupare förståelse för den arbetarens roll i företaget och erbjudit möjlighet till insamlande av kvalitativ fakta.

När man gör en kvalitativ undersökning krävs det mycket förarbete innan man gör undersökningen för att resultatet ska bli så bra som möjligt. Det krävs att man har förkunskaper inom det man ska undersöka och att man har en bra planering av själva intervjuerna.

För att få ett bra resultat vid intervjuerna är det viktigt att man inger förtroende och öppenhet, det gör att de som intervjuas känner att den vågar berätta om sina innersta meningar.

Min intervju undersökning bygger på semistrukturerade intervjuer, det innebär på att man i förhand har definierat olika temat som intervjun ska bygga på.

### 8.4. Procedur

Med de etnografiska observationerna har jag suttit med i samtal och lyssnat och försökt analysera samt anteckna det som blev sagt och hur det blev sagt samt hur de respondenterna uppförde sig. Alla intervjuer genomfördes på det kontor där respektive respondent arbetade. Varje intervju spelades in på en datafil detta gjordes för att det skall finnas en dokumenterad källa samt för att jag själv kan bearbeta och analysera det materialet som uppstod av intervjun. Vid renskrivningen av intervjun så noterades allt ord för ord vilket kan tas del av i bilagorna i detta arbete

## 8.5. Plats

Undersökningen har ägt rum på ZyXEL kontoret i Göteborg, Sverige. Intervjuerna utfördes i ett avskilt rum och samtalen spelade in.

## 8.6. Avgränsning

Eftersom Intern kommunikation är så brett så har jag valt att avgränsa mig till att endast få en överblick i vilka kanaler som används i den interna kommunikationen samt se efter om det finns någon kanal som används mer än andra. Enligt den tidsram vi har i denna uppsatskurs har jag av denna anledning valt att avgränsa mig till detta. Ett eventuellt fortsatt arbete ligger i grund för detta då man kan undersöka hela den interna kommunikationen i detta företag och se hur budskapet kommer fram och ytterligare så vore det att undersöka vilka roller personalen tar på sig i olika sammanhang i den interna kommunikationen.

## 8.7. Generalisering

Vid en kvalitativ studie kan man inte tala om generalisering eftersom det inte går att få fram att det resultat jag får skulle gälla alla. I den kvalitativ undersökning metodlitteraturen diskuteras det om det finns en så kallad teoretisk generalisering.<sup>40</sup> Enligt Kvale så menas det att innebär att man gör en bedömning i vad mån resultaten från en studie kan ge vägledning för en annan situation genom analys av likheter och skillnader mellan båda situationerna.<sup>41</sup>

## 8.8. Validitet & Reliabilitet

I svenska termer talar man om giltighet och tillförlitlighet Inom forskningen kallas dem begreppen validitet och reliabilitet vilket innebär att man verkligen studerar det man avsett och angivit att undersöka samt att man säkerställer att man bearbetar materialet på ett forskningsmässigt korrekt sätt<sup>42</sup> För denna undersökning så gäller detta i allra högsta grad det som var utgångspunkten för min undersökning var mitt syfte och arbetet påvisar att syftet har blivit följt. Reliabiliteten håller men hur mycket kan jag inte yttra mig om för att jag inte har haft möjlighet att fördjupad i andras undersökningar under denna studie.

## 8.9. Anonymitet

Anonymitet är något man måste ställas inför när man bedriver forskning. Anonymitet kan förklaras så som att den respondenten som intervjuas inte blir offentliggjord på något sätt. Ungefär som konfidentialitet som tas upp i boken ”Den kvalitativa forskningsintervjun” av Steinar Kvale, och förklaras genom att de privata data som identifierar undersökningspersonerna inte kommer att redovisas. Om det i en undersökning blir aktuellt att publicera information som potentiellt kan kännas igen av andra måste undersökningspersonerna godkänna att denna information lämnas. Att skydda undersökningspersonernas privatliv genom att förändra namn

---

<sup>40</sup> Mats Ekström och Larsåke Larsson, *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Lund, Studentlitteratur, 2000, s.72

<sup>41</sup> Steinar Kvale, *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Lund, Studentlitteratur, 1997, s 210

<sup>42</sup> Mats Ekström och Larsåke Larsson, *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Lund, Studentlitteratur, 2000, s. 73

och identifierade drag är ett viktigt inslag vid redovisningen av intervjuerna.<sup>43</sup> Under tiden som mitt arbete utfördes ställdes jag mot den frågan, i vissa fall ville personerna inte bli igenkända och i andra fall fick jag citera vissa personer ordagrant. Sedan i mina observationer samt intervjumaterial så bearbetades innehållet så att det inte fanns något känsligt material som kunde kopplas till produkter samt annan konfidentiell information. Detta gjordes på grund av att visst material och information var konfidentiellt.

---

<sup>43</sup> Steinar Kvale, *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Lund, Studentlitteratur, 1997, s. 109

## 9. Resultat

Detta stycke kommer att belysa det som kommit fram utifrån det material som har framtagits. Materialet visas i form av mindre sammanfattningar av de intervjuer och observationerna som jag har utförts. Totalt är det sex respondenter samt observationer som har genererats genom denna undersökning.

### 9.1. Intervju med Respondent 1

Respondenten berättar att det informationsbehovet som finns grundar sig lite i vilka vägar som man väljer att kommunicera på.

Kommunikationsbehovet om det är stor behov och måste ha svar väldigt fort då brukar första steget vara att man ringer och att man följer up det med ett E-post meddelandet. MSN Messenger arbetar jag personligen inte med för att det man skriver dokumenteras inte och jag räknar inte det som värdig dokumentation. Om man får e-post av någon person inom företaget så har man det på papper så att säga. En muntlig överenskommelse i all ära men är det något som är kritiskt så tar jag en bekräftelse med E-posten. Det också för att undvika så det inte blir kommunikationsmissar så att man överens i det man vill komma överens om. Sedan så den informationen där man samlar på sig och lagra informationen kan jag sortera på två olika sätt. Det första sättet att man tar Outlook (e-post system) där man skapar mappar i form av trädstruktur som baserar sig på företag och om det är ZyXEL internt, externt. Filer, större filer statistik, kommunikationsvägar avtal lagrar jag inte på e-posten utan på servern som det tas back-up på. Är det något tillfälligt jag skriver då kan jag då kunna jag lagra det lokalt på datorn. Det jag har störst behov av är den databasen jag har skapat på datorn. Det kan förövrigt skilja ganska radikalt beroende på vad man behöver för information eftersom branschen är teknisk är det mycket dokumentation och det är inte alltid att man behöver just den tekniska delen heller så att just i teknikers fall tycker de om att få en stor text ark då är det väldigt intressant text om man har all information up och ner men det finns ingen som helst struktur i den. Jag gillar mer Excel varianten så att man så man får en snabb överblick, ett diagram där inte behöver leta sig vidare. Så att beroende vad för information man behöver så går jag till olika personer som är mer eller mindre likasinnade som jag själv är. Så att behöver jag någon statistikdokumentation beroende på vad det är för del, om det är försäljningsstatistik eller om det är något tekniskt då går jag till tekniker. Eftersom de har den insikten men är det försäljning så går jag till vår försäljningschef eller stockholmskontoret. Sen finns det också andra kommunikationsvägar så man har ett Web gränssnitt, hos ZyXEL i Taiwan som är en marknadssida. Den marknadssidan publiceras ny dokumentation om produkten om det är någon som släpps när de är färdigtillverkade då kan man få en PowerPoint presentation, produktinformation guider osv. Så behöver man information om en ny produkt då kan man antingen gå till produktchefen som i vårt fall då är produktchefen för hemmaanvändare och small och medium business. Så kan det vara så att han inte alltid har den informationen som man behöver men är det någonting som man vet att just den här delen av dokumentationen behöver jag då kan man gå till den här marknadssidan välja den produkten som hämta hem dokumentationen

Vidare berättar respondenten att problem och svårigheter som kan uppstå i informationssamlingen är om informationen är hemlig, det är största problemet. Andra problemet är om dokumentationen finns men det ingen som tar ansvar för att lämna ut den. Så när man börjar med den hemliga delen som exempel trasiga produkter så finns en viss del alltid publicerad till dem som arbetar inom det området men det är inte hela statistiken som publiceras

även internt inom företaget. Eftersom då måste du arbeta inom en viss nivå och ha rätt till den informationen och de som har rättigheterna är de som är country managers de som ansvariga den delen det är den absolut hemliga informationen sen svårigheten med att lämna ut dokumentation är att ingen vill ta ansvar för att lämna ut den. Det kan vara att vi letar efter dokumentation med ett visst värde i produkt som då vi kan ta ett pratiskt exempel nu. Så har vi i brandväggarna ett spamfilter som mailshell vilket är en antispamtjänst där man kan skriva ett värde som ställer in filtret detta värde finns inte publicerad eftersom de värden är från en tredjepartstillverkare men vi har de här värden internt men vi får inte publicera de externt till kunden. Då detta är också en sådan kommunikations problem och problemet där är att dokumentationen finns i Taiwan men det är ingen som tar ansvar för att lämna ut den personligen skulle jag vilja ha en kombination av alla, intranät och möten som informationskanal eftersom du kan få en viss del av information i ett möte men då får jag den delen som den personen har tolkat den informationen och den kan då var bristfällig. Men om man letar efter den informationen själv så kan man få det konkret. Är informationen inte inom mitt område så är det sällan att jag tar reda på informationen själv. Jag kan även begära information om man själv ska göra ett arbete vilket jag gjorde nyligen och den informationen kan man aldrig få i forum eller e-posten

## 9.2. Intervju med Respondent 2

Respondenten använder sig av kollegor, E-post, telefon, videokonferenser huvudsakligen vid informationssökning. Vilken informationskanal man använder och när dens används beror på vilken situationen är och vilken sorts informations man vill tillhanda ha. På frågan, vid olika typer av informationsbehov, använder du dig då av olika informationskanaler? såsom kollegor, chefer, e-post, tryckt material, möten, svarade Respondenten att alltihopa egentligen, det är i olika utsträckning. I Sverige så har vi dels Stockholms kontor så har vi allt från telefonsamtal till telefonmöten till faktiska möten, mot Danmark så kan det vara allt ifrån dagliga E-post och telefonsamtal till videokonferenser egentligen sen så är det fortfarande väldigt väldigt mycket e-post som gäller, det är väl också det man ofta vill ha bekräftat någonting att man faktiskt har fått en order någonstans ifrån och det skall dokumenteras på olika sätt och det skall tillfredsställa lag krav och sådana saker men även interna policys och den interna produktionen om man säger så det finns interna Problem som kan uppstå vid informationen är att man inte vet om man fått den senaste versionen av dokumentet i fråga, men detta problem kommer förmodligen att mattas av då ett intranät införs och blir aktuellt. Ibland dyker information upp via ryktesspridning och det kan vara svårt att avgöra om det är sant eller inte, men oftast kommer det från alla håll och kanter som då vanligtvis har en grund i sanning. Enligt Respondenten skulle ett intranät förhindra missuppfattningar mellan kollegor och aktuell information man söker skulle vara mer lättillgänglig.

## 9.3. Intervju med Respondent 3

Vid intervjun så berättar respondenten att vid informationssökning brukar man först och främst vända sig till kollegor, antingen genom personlig kontakt eller också genom MSN eller E-post. Sedan förklaras att MSN är den informationskanal som ändvänds i störst utsträckning vid kommunikation mellan personalen på ZyXEL. Om informationen man söker inte finns på lokal nivå får man sträcka sig längre ut genom att ta en titt på ZyXEL's hemsida eller webb gränssnitt Knowledgebase, men där menas att en förbättring skulle kunna göras då det inte finns så mycket information att hämta. I sista hand kontaktar man huvudkontoret i Taiwan. Då huvudkontoret finns i Taiwan som har en annan tidszon än Sverige så kan E-post vara den mest effektivaste metoden att kommunicera med.

På frågan om hur personen i fråga helst vill hitta den information som behövs svarades att det skulle vara bra att kunna söka efter informationen själv, skulle jag nog helst ta. På ett enkelt sätt då, för oftast frågar man ju en kollega eftersom det är enklare än att själv gå in och leta i stora manualer eller liknande. Sen får man väldigt mycket information via e-post blir det lätt att man inte läser all den informationen, man kanske inte intresserad av just den informationen som kommer, man tittar lite snabbt sen struntar man i det bara, i bästa fall. Eller så tittar man inte alls på det om man har mycket att göra. Då är det ju bättre om man kan söka själv när man behöver informationen, tycker jag i alla fall. Enligt Respondenten så anses det som är bra och dåligt med informationskanaler som finns idag, att med MSN är att man oftast får svar väldigt fort och man har bra kontakt genom MSN, det beror ju på hur länge man jobbat här hur bra kontakt man har, och jag har ju inte speciellt många, så jag får oftast E-posta någon i Taiwan och då tar det ju ett tag och det är ju mindre bra för då får man ju inte svar på en gång när man behöver det. Sen har vi ju det här nya intranätet då, som jag inte använder alls. Jag vet inte vad som ligger på den men det är inget som rör mitt jobb i alla fall, inget med teknisk information i alla fall. Respondenten tycker att all information man vill ha tag på finns tillgänglig på ett eller annat sätt, men ibland får man kanske vänta lite längre för att få sitt svar.

#### 9.4. Intervju med respondent 4

Respondenten använder i första hand E-post och Telefon för att kontakt kollegor, vid informationssökning. En annan informationskanal som personen använder sig av är olika system i Taiwan. Ibland används också ZyXEL's hemsida men där finns inte lika tillförlitlig information som den på de andra systemen. En del information sprids också via rykten och denna information är förmodligen ganska aktuell. E-post används när det gäller introduktion av nya produkter etc. Något som försvårar informationssökningen är att det inte alltid uppdateras på det systemet som Respondenten använder sig av. Bästa sättet att få information är att skaffa informationen själv för att slippa vara beroende av att kollegor är anträffbara eller inte och man kan då få information på papper som kan sparas.

#### 9.5. Intervju med respondent 5

De informationskanaler respondenten använder sig av mest i sitt arbete är E-post, olika Internetsidor, forum och sökmotorer på Internet så som Google. Använder även ITS, Issue Ticket System vilket är elektronisk kanal när man inte kan lösa ett problem så lägger man en ticket där, typ ett ärendesystem mot Taiwan via det så kan vanliga tekniker komma i kontakt med Taiwan. I första hand vid informationsbehov frågas kollegor som oftast arbetat en längre tid och därmed har lite mer erfarenhet och nyttiga kontakter, annars används tidigare nämnda ITS eller E-post för att fråga någon annan. Respondenten använder också MSN i sin informationssökning, främst för att kommunicera med Taiwan. Problem som kan uppstå vid informationssökning är att man oftast inte får konkret information utan olika delar som man får koppla ihop för att finna en lösning. Det kommer även fram information via ryktesspridning och den anser Respondenten ofta vara uppdaterad. Respondenten föredrar att få information via E-post, rådfråga kollegor och möten för att då kan man exempelvis via E-post få informationen dokumenterad. Förbättringar inom informationskanaler som Respondenten föreslår är att ingen ska sitta inne med information utan dela med sig och att all E-post ska finnas tillgänglig på intranätet. Men kommunikationen har förbättrats mellan kollegor och detta är mycket tack vare "kickoffen" som dem haft, säger Respondenten.

## 9.6. Respondent 6

Under min intervju av respondenten i detta fall berättas det att mycket av respondentens arbete går ut att utveckla nya funktioner eller produkter till kunder som har speciella önskemål. För att kunna genomföra detta krävs det vanligtvis information från tre källor och dessa är kund, tillverkaren av komponenterna i våra produkter och till sist protokoll standarder från RFC (Request For Comments). Många gånger så används även kontakter inom arbetet eller google. När det gäller att förstå den informationen så berättade respondenten att informationen aldrig är svår att hitta men däremot kan tolkningen av till exempel vissa protokoll vara svår då det kan tolkas olika mellan olika tillverkare. När ett protokoll tolkas olika skapas en så kallad IOP (InterOPerability) mellan olika tillverkare, den sortens problem är väldigt vanlig inom kommunikationsbranschen.

Respondent berättar att vid krav av snabb information används Internet och skulle något vara oklart så vänder jag mig till en kollega eller ett av vår utvecklings team som är lokaliserat i WuXI, Kina eller ChinShu, Taiwan. Detta sker Oftast via e-post eller MSN Messenger. I vissa fall då enbart fakta behövs används både tryckt material och elektroniska dokument som till exempel PDF. Personliga möten eller telefonmöten sker med intervaller men dock enbart för att stämma av situationen och tidsramar. På frågan "Vart vänder du dig i första hand för att tillgodose dina informationsbehov? Svarade respondenten att i första hand vänder jag mig alltid till Internet och RFC, där finns all djupgående information i detalj om varje protokoll som efterfrågas och många av mina frågor besvaras där man kan kalla det en databas. Orsaken till detta är för att man får informationen i text eller bilder som man snabbt kan läsa igenom och även använda för att dela med sig till andra och i de flesta fall går det även snabbt att få tag på rätt information. Vidare så använder respondent Internet till 80 % och 20 % kollegor då respondenten inte själv har kunskapen, Respondenten berättar att som är en av de mest kvalificerade teknikerna i Norden så är det oftast han som blir tillfrågad vid problem. Angående ryktesspridningen på ZyXEL så berättas det att självklart uppstår det information via ryktesspridning. Mycket att ryktesspridningen beror på att kommunikationen inte sköts som den ska mellan kontoren runt om i världen och även internt i Sverige. Den nya informationen kommer från olika källor på företaget, beroende på vilken information det är. Är det till exempel relaterat till ekonomi så kommer den från den avdelningen eller personen. När det handlar om att hitta informationen så är inte svårt så länge det inte hänger på att en person ska meddela eller informera. Blir så fallet så brukar det ofta glömmas av eller så sker det på ett dåligt sätt så att informationen inte stämmer till 100 % eller misstolkas. Vilken informationskanal som föredras så berättar respondenten att med ett intranät så kan man själv när tiden passar ta reda på ny eller uppdaterad information. Man kan också se tillbaka på historik när man har tid och chans för diskussion med kollegor gör det även enklare för en att se om man har tolkat eller förstått information rätt. Man kommer även åt informationen vart man än är. Det som är bra är att ett intranät har skapats i Danmark. Intranätet är förstås inte bundet till Danmark utan detta intranät finns tillgängligt även i Sverige. Det negativa är att det fokuseras för mycket på enbart Danmark kontoret och att de även publicerar folk som har slutat. En annan aspekt som respondenten belyser är att problemet är inte hur informationen sprider sig utan mer att om den kommer till fel person så stannar den eller förvrängs till det sämre. Kommunikationerna finns men det är relationerna mellan



## 9.7. Observationer på ZyXEL

Under observationerna så förekom det många samtal mellan anställda (tvåvägskommunikation) det vardagliga influerade de anställdas olika arbetsområden och samspelades i samtalen. Under den tiden som observationerna utfördes så förkom det ofta att de olika anställda rådfrågade varandra och den muntliga kanalen fungerade i stor utsträckning. ZyXEL kontoret i Göteborg kombinerade de muntliga och elektroniska kanalerna på ett effektivt sätt detta skedde genom att de samtal som utövades fick ofta påbackning av ett e-post meddelande samt användes MSN Messenger för att skicka kortare meddelande internt till varandra. Endast när en anställd av högre befattning befann sig på kontoret så brast den muntliga kanalen i den utsträckning i att personalen inte samspelade på samma plan som tidigare. Den elektroniska kanalen blev vid detta tillfälle en starkare kanal. Den skriftliga kanalen förekom men inte i samma utsträckning som de andra kanalerna. Under vissa perioder förekom det en tendens av den såkallad jungeltrumman då personalen mest samtalade och lättade på sina hjärtan. Under denna observation så fanns det även i en viss utsträckning tecken på olika roller personalen tog på sig vid olika tillfällen.

## 10. Slutsatser och Diskussion

### 10.1. Diskussion

På Zyxel så används internkommunikationen främst genom de elektroniska kanalerna där E-post och Intranät möts för deras dagliga informationsbehov. En annan viktig kanal som används är MSN Messenger där kommunikationen sprider sig internt mellan de nordiska kontor och Taiwan samt övriga kontor runt om i världen.

På Zyxel kontoret i Göteborg antyder observation och intervjuer att man i första hand använder sig av e-post och MSN Messenger för att kommunicera internt.

Personalen kommunicerar med hjälp av MSN Messenger för att ha en direktkontakt med sina kollegor. MSN är den kanal som används i störst utsträckning, men kompletteras med andra kanaler. Vid de tillfällen där man vill ha dokumenterad information används istället E-post.

Vid andra tillfällen som nämns då Zyxel kontoret i Göteborg behöver komma i kontakt med huvudkontoret i Taiwan kan ett E-post vara bästa kanal då tidszonerna ställer till problem för direkt kommunikation.

Internkommunikation på kontoret i Göteborg så används i första hand MSN Messenger till att upprätta en direkt kontakt för att utbyta information. MSN Messenger som informations kanal används dock inte av alla på ZyXEL på samma sätt, vilket utdraget påvisar.

*”Informationsbehovet grundar sig lite i vilka vägar som man väljer att kommunicera på. Kommunikationsbehovet om det är stor behov och måste ha svar väldigt fort då brukar första steget vara att man ringer och att man följer up det med ett E-post meddelandet. MSN Messenger arbetar jag personligen inte med för att det man skriver dokumenteras inte och jag räknar inte det som värdig dokumentation. Att sassa@hotmail.com säger – bla, bla, bla intresserar mig inte. Om man får e-post av någon person inom företaget så har man det på papper så att säga. En muntlig överenskommelse i all ära men är det något som är kritiskt så tar jag en bekräftelse med E-posten. Det är också för att undvika så det inte blir kommunikationsmissar så att man överens i det man vill komma överens om.”<sup>44</sup>*

På ZyXEL krävs det att det finns dokumenterad kommunikation så i de fallen används e-post systemet. E-post systemet används i lika stor utsträckning på ZyXEL.

Detta mönster påvisar de paralleller som kan dras till användningsmodellen. Denna teori är en slags omvänd spridningsmodell där människor använder vissa medier exempelvis inom ett företag för att tillgodose vissa behov som sedan ger tillfredställelse <sup>45</sup>

På ZyXEL är intranätet ganska färskt och personalen där hoppas på att systemet skall utvecklas på det sättet att mer information som berör personalen kommer att bli tillgängligt.

Så för närvarandet använder personalen främst E-post systemet som den interna kommunikationen samt för att få information som berör deras produkter. Det råder skilda åsikter på ZyXEL angående intranät användningen i intervjuarna så talar en respondent om följande

*”Sen har vi ju det här nya intranätet då, som jag inte använder alls. Jag vet inte vad som ligger på den men det är inget som rör mitt jobb i alla fall, inget med teknisk information i alla fall.”<sup>46</sup>*

---

<sup>44</sup> Intervjuer på ZyXEL respondent 1

<sup>45</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 Sid. 42

<sup>46</sup> Bilaga Intervju sid. 28

*”För min del så tycker jag nog att intranätet kommer nog att vara väldigt användbart hoppas bara att information kommer att vara uppdaterat”.*<sup>47</sup>

Andra aspekter i den interna kommunikationen påvisas av de etnografiska observationerna belyser de roller som uppstår i den rituella kommunikationen. Denna psykologiska aspekt innebär dock bara en bråkdel av den helhet som internkommunikationen innefattar. Under min tid på ZyXEL så har det förekommit tendenser i denna aspekt. Ett utdrag från min etnografiska observation lyder som följande:

#### Support Sektionen

A frågar B om en produkt skall bete sig på ett sätt B besvara konkret hur produkten skall bete sig. Denna dialog sker på ett sätt som de ligger på samma nivå Näst intill att B har en högre rang på grund av sin kunskap om produkten. A går över till B och fortsätter att rådfråga B. B tar reda på vad problemet kan vara. B frågar A mera om problemet. A förklarar mera ingående och B fortsätter att felsöka. B antyder att det är ett fel på produkten. A och B arbetar nu tillsammans i att lösa problemet nu ligger de helt på samma plan ingen konkurrens i maktsfären. Båda lämnar problemet och börjar föra en dialog på mer vardagligt sätt.<sup>48</sup> Det finns här tydliga kopplingar till relationsmodellen som utgår från att kommunikationsprocessen är en delad upplevelse, där man utbyter information på lika villkor. Här handlar det inte om att övertyga någon annan med sina egna kloka argument. Viktigare är att lyssna, ta in information, och tolka. En dynamisk process som ständigt utvecklas<sup>49</sup>

”Personen 1A finns på kontoret stämningen är väldigt tyst alla arbetar flitigt och ingen talar med varandra. Under den tiden har detta beteende varit på samma sätt. 1A och C talar om en produkt C förklarar hur produktens testresultat har varit. A och B tar tillfället i akt att ställa frågor till 1A. 1A svarar på detta 1A har en stark roll i hierarkin. Mycket intressant observation är att de anställda intar en mer passiv roll när 1A befinner sig på kontoret. Detta beteende fortlöper under resten av dag intern ansikte mot ansikte kommunikation förekommer i en mycket liten utsträckning.”<sup>50</sup>

Ytterligare observation visade att när Personen 1A inte finns på kontoret så tar den informella ledaren över rollen ”I support Sektionen 3 personer arbetar med att bringa support.

Den kommunikationen som förekommer här är mestadels telefonkontakt. Samt e-post och MSN Messenger dock förekommer det samtal mellan de 3 personer.

Detta sker i form av att A vi kallar honom Kalle sitter i en högre position och ger mer eller mindre direktiv till den som befinner sig under honom B vi kan kalla honom Adam. Även här förekommer det synliga hierarki strukturer.”<sup>51</sup>

Genom att utföra intervjuerna så uppenbarade sig tydliga tecken på Shannons och Weavers kommunikations modell där enheterna i modellen är följande

Sändare (personen som intervjuades) – meddelandet (Svaren på intervjun) – kanal (själva intervjun) Tal – mottagare (Jag som undersöker)

---

<sup>47</sup> Bilaga Intervju sid. 25

<sup>48</sup> Etnografiska Observationer (bilaga)

<sup>49</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 S. 43

<sup>50</sup> Etnografiska observationen på ZyXEL (Bilaga)

<sup>51</sup> Etnografiska observationen på ZyXEL (Bilaga)

Bruset här speglas i att vissa respondenter berättar mer utförligt medan andra håller kvar sin berättelse där i blir de själva en brus enhet. Det finns tendenser inom ZyXEL att denna aspekt förekommer på flera ställen. I intervjun ställdes frågan tankar om förbättringar, det var här det visade sig att det finns tendenser att denna brusenhet befann sig inom företaget. Nedan visas några utdrag från intervjuerna som utfördes.

*"Det är att ingen ska hålla på information, jag vet det här och jag håller det hemligt och då är jag bäst på ämnet"*<sup>52</sup>

*"en sådan kommunikations problem och problemet där är att dokumentationen finns i Taiwan men det är ingen som tar ansvar för att lämna ut den."*

Ytterligare ställdes frågan Vilken typ av information som finns att tillgå (via de interna informationskanalerna) som du känner till?

*"Det all aktuell information som behövs men det är produktchefens uppgift att uppdatera personalen om det men man får väl ha en viss förståelse för det men det är väl där det brister tycker jag"*<sup>53</sup>

Alla dessa utdrag är tecken på att informationen inte kommer fram på det sätt som var tänkt från början. Här kanske det vore på sin plats att kolla över varför informationen stannar av och utarbeta en plan som motverkar denna aspekt.

Under de etnografiska observationerna kom det fram att det fanns tendenser till att hela gruppen hamnade i rollen som ja-sägaren. Denna roll beskriver personens handlande på så sätt att den som tar på sig denna roll ser till vad inflytelserika personer i gruppen har för åsikt först och därefter väljer sina egna inlägg, oftast med uddlösa och ganska självklara kommentarer. Här kommer ett utdrag från observationen.

A B C D E F arbetar på sina kontor och ingen linjär kommunikation har förekommit F går runt och delar ut papper och pratar allmänt om saker inget arbetsrelaterad (detta visar att det finns ett socioemotionellt behov att kommunicera för att underlätta arbetsdagen)

Personen 1A kommer till kontoret och detta leder till att stämningen blir spänd personalen blir väldigt tysta, alla arbetar flitigt och ingen talar med varandra, det känns som alla tar på sig en är en roll av en Ja-sägaren. Under den tiden som 1A har varit på kontoret har detta beteende varit på samma sätt. 1A och C talar om en produkt C förklarar hur produktens testresultat har varit på ett sätt som kopplas till Relationsmodellen som utgår från att kommunikationsprocessen är en delad upplevelse, där man utbyter information på lika villkor.

Här handlar det inte om att övertyga någon annan med sina egna kloka argument. Viktigare är att lyssna, ta in information, och tolka. En dynamisk process som ständigt utvecklas.<sup>54</sup> A och B tar tillfället i akt att ställa frågor till 1A. 1A svarar på detta. Beteendet av 1A visar att personen har en stark roll i hierarkin. En mycket intressant observation är att de anställda intar en mer passiv roll när 1A befinner sig på kontoret. Personalen betar sig på detta passiva sätt resten av dagen. Intern tvåvägskommunikationen förkommer i en mycket liten utsträckning.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup> Respondent 5 Intervju på ZyXEL (Bilaga)

<sup>53</sup> Respondent 5 Intervju på ZyXEL (Bilaga)

<sup>54</sup> Tillämpad kommunikation (Larsåke Larsson) 2001 Sid. 43

<sup>55</sup> Etnografiska observationer (se bilaga)

## 10.2. Slutsats

När det gäller syfte och frågeställningar så är det att ta reda på vilka informationskanaler som används idag på företaget ZyXEL i Göteborg. Detta har framkommit genom mina intervjuer och observationer. De kanaler som används är i första hand e-postsystemet och MSN Messenger, då det fanns dem som använder sig av det befintliga intranätet så uppfyllde inte intranätet det informationskrav som anställda på ZyXEL är i behov av. Eftersom ansvaret för intranätets informationshantering inte ligger hos kontoret i Göteborg så bör det uppretas en dialog som är dubbelriktad mellan de olika kontoren detta medför då ett samspel där de rätta informationen hamnar på de tänkta kanalerna. Nästa punkt var att se hur dessa fungerar i praktiken och vilka kanaler som är lämpligast just för ZyXEL. Det som visades var att den kanalen som är lämpligast är det e-postsystem som är befintligt. Denna kanal fungerar utan större problem förutom att i den externa kommunikationen mot andra länders kontor uppstår det viss tids förskjutning. Dock ligger problemet i att informationen i det intranätet inte är tillräckligt.

Vidare fanns det en fråga som lyder ”finns det kanaler som används mer än andra?” och det påvisar intervjuerna att den kanal som används mest är e-postsystemet och det kombineras med MSN Messenger. Nästa fråga är ”Kommer budskapet fram som sändaren tänkt sig?” Materialet talar om att när e-post medelanden används blir det oftast konkreta budskap som framförs.

Då det tidigare har påpekats att det finns bruskällor i det informationsflödet så kommer inte alltid budskapet fram.

När man ser på ZyXEL och den interna informationen så fungerar den men inte utan konflikter. De kanaler som används varierar beroende på personalens arbetssituation.

I undersökningen kom det fram att ett flertal av personalen ville ha mer information för deras dagliga arbetsbehov. Problemen som kom fram under undersökningstiden var inte direkta problem i den lokala interna kommunikationen utan mer den interna kommunikationen på koncernen i Norden. Då Nordens kontor inte ha en tillräcklig utarbetad dialog sinsemellan. ZyXEL är ett företag som kräver ett ständigt informationsflöde mellan de olika kontoren i Norden samt Taiwan. Då resultat visar på kontoret i Göteborg att den elektroniska kanalen används i störst utsträckning så kombineras den med de övriga kanalerna och ett samspel uppstår mellan dem. I detta samspel sett på Nordisk basis så brister den kommunikationen, detta sker på grund av att enligt intervjuerna viss information stannar vid vissa kanaler såkallade bruskällor. Skulle det vara så att den interna kommunikationen inte fungera alls då ingen information skulle nå fram då skulle ingen veta någonting och företaget skulle inte bestå särskilt länge.

Det är därför det är så viktigt med en kommunikationsstrategi. Under min tid på ZyXEL så har det framkommit att personalen inte har en tillräcklig kommunikation mellan andra kontor men eftersom detta inte var grundsyftet med denna undersökning finns det fortfarande utrymme till vidare forskning inom ZyXEL sett på Nordisk basis.

### 10.3. Vidare Forskning

MSN Messenger är en form av kommunikationskanal används som en kontinuerlig kontakt intern mellan olika kontor runt om i världen. MSN Messenger är en utvecklad form av den elektroniska kommunikationskanalen och används allt i större utsträckning då man kan ha videokonferenser samt ringa till den andre parten via denna kanal.

denna direktkontakt är kanske början till en era av elektroniska kommunikationskanaler

Ett exempel på förbättring vore att utarbeta en ny strategi för att kommunikationen skall fungera på ett mer effektivare sätt eller att ta fram en bättre kommunikationsprocess mellan Taiwan och Norden sett utifrån den tekniska aspekten. Även att utveckla kommunikationen med Norden kontoren detta för att det finns underlag för förbättring i kommunikations- informations aspekt. En utveckling av intranäten i form av att informationen kring produkterna samt de fel loggningar och lösningar finns samlade ifrån hela Norden även en sökfunktion skulle i denna information skulle vara användbart detta är sett ifrån en support aspekt.

En lösning på att de brister i kommunikationen mellan kontoren är att ha fysiska möten där personalen tar upp de problem som de anses vara aktuella i den kommunikations aspekt som råder idag.

## 11. Källförteckning

### 11.1. Tryckta Källor

Granér, Rolf (1991) *Arbetsgruppen, Den professionella gruppen psykologi*, Lund, Studentlitteratur

Larsson, Larsåke (2001) *Tillämpad kommunikation*, Lund, Studentlitteratur

Fiske, John (2003) *Kommunikations Teorier En introduktion*, Malmö, Wahlström & Widstrand

Ekström, Mats, Larsson, Larsåke (2000) *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Lund, Studentlitteratur

Strid, Jan (1999) *Intern kommunikation inom organisationer, företag och myndigheter*, Lund, studentlitteratur

Erikson, Peter (2002) *planerad kommunikation 3:e upplagan* Malmö: Liber Ekonomi

Kvale, Steiner (1997) *Den Kvalitativa forskningsintervjun*, Lund, Studentlitteratur

### 11.2. Internet Sidor

<http://www.zyxel.com/corporate/about.php>

<http://www.friberga.se/Sidor/Bibliotek/biblioteket.html>

<http://advertising.msn.se/Home/Article.aspx?pageid=50?pageid=170&articleid=4037>

<http://advertising.msn.se/MSNSites/default.aspx?pageid=2>