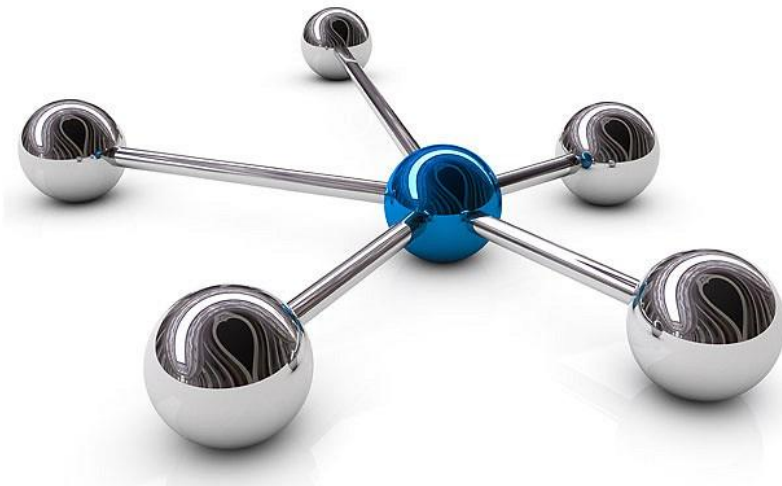




GÖTEBORGS UNIVERSITET



# Det Sociala Intranätet

Dess effekter och hur de infriar beslutsfattares förväntningar

## The Social Intranet

Its effects and how it meets executive's expectations

**Emil Bengtsson**  
**Johan Larsson**

**Kandidatuppsats i informatik**

**Rapport nr. 2013:033**  
**ISSN: 1651-4769**

## **Abstrakt**

Sociala intranät är baserade på Enterprise 2.0-begreppet och skapar nya sätt för organisationer att kommunicera och arbeta. De medför möjligheter att arbeta med användargenererat innehåll, samarbeta över organisatoriska gränser samt låta användare lära känna varandra och dela kunskap.

Denna uppsats ämnar utforska vilka förväntningar som motiverar beslutshavares implementation av sociala intranät. Det är intressant att veta vad som egentligen förväntas hända med en organisation som inför ett socialt intranät och framför allt vilka faktiska effekter som uppstår efter ett införande. Genom utförda intervjuer av både ledningsmedlemmar och intranätsanvändare på konsultföretaget Ninetech har vi kartlagt ledningens förväntningar samt användarupplevelser som belyser de faktiska effekterna.

Vi har kategoriserat ledningens förväntade effekter i två teman; förväntade effekter på företagskultur och förväntade effekter på informationsarbete. Det har av användarintervjuerna framgått att samtliga organisatoriska effekter inträffat i viss mån men det behöver passera ytterligare tid efter implementationen innan det går att bekräfta effekterna i högre grad.

**Nyckelord: Web 2.0, Enterprise 2.0, Socialt intranät, SharePoint 2013, Ninetech**

## **Abstract**

Social intranets are based on the Enterprise 2.0 expression and create a new way for organizations to communicate and work. It brings possibilities to leverage user generated content and engage in cooperation across organizational borders where users can get to know each other and share knowledge.

This thesis aims to explore what expectations motivate decision makers in implementing social intranets. It is interesting to discover what is expected to happen in an organization that implements a social intranet and chiefly what the actual effects are. Through interviews of both management executives and intranet users at a consulting company called Ninetech, we have plotted out managers' expectations and effects experienced by users.

We have categorized managements' expected effects in two themes; expected effects on corporate culture and expected effects on informational work. From interviews with intranet users we interpreted all of managements' expected effects to be fulfilled to certain extent but needs more time after the implementation has passed before further substantiation.

**Keywords: Web 2.0, Enterprise 2.0, Social intranet, SharePoint 2013, Ninetech**

## TACK

Vi vill tacka Ninetech som gett oss tillåtelse att basera vår studie på deras intranät, särskilt Peter Leuchovius som varit vår huvudsakliga kontakt på företaget.

Vi vill även tacka alla respondenter från Ninetech som tog sig tid att ställa upp på våra intervjuer, era synpunkter har varit värdefulla bidrag till denna uppsats.

Ett stort tack till vår handledare Dick Stenmark som hjälpt och stöttat oss genom hela uppsatsarbetet med feedback och vägledning.

# Innehållsförteckning

Introduktion .....	2
Bakgrund .....	2
Problem .....	3
Syfte och frågeställning .....	4
Definition och avgränsning .....	4
Undersökningens upplägg .....	4
Teori .....	6
Web 2.0 .....	6
Sociala intranät och Enterprise 2.0 .....	6
SLATES-paradigmen .....	8
Mottagandet av Enterprise 2.0 .....	9
Fallstudieobjekt .....	12
Företaget .....	12
Intranätet .....	12
Metod .....	14
Vetenskaplig ansats .....	14
Fallstudien .....	14
Urvalsgruppen .....	14
Hur intervjuerna genomfördes .....	15
Metodkritik .....	16
Empiriskt resultat .....	17
Intervjuer av ledningsmedlemmar .....	17
Effekter på företagskultur .....	17
Effekter på informationsarbete .....	18
Intervjuer av användare .....	19
Effekter på företagskultur .....	19
Effekter på informationsarbete .....	22
Diskussion .....	24
Social funktionalitets effekter på företagskultur .....	24
Social funktionalitets effekter på informationsarbete .....	26
Möjligheter med SLATES .....	27
Studiens överförbarhet .....	28
Slutsats .....	29
Referenslista .....	30
<b>BILAGA 1 – Intervjufrågor för ledningsmedlemmar</b>	
<b>BILAGA 2 – Intervjufrågor för intranätsanvändare</b>	

## Introduktion

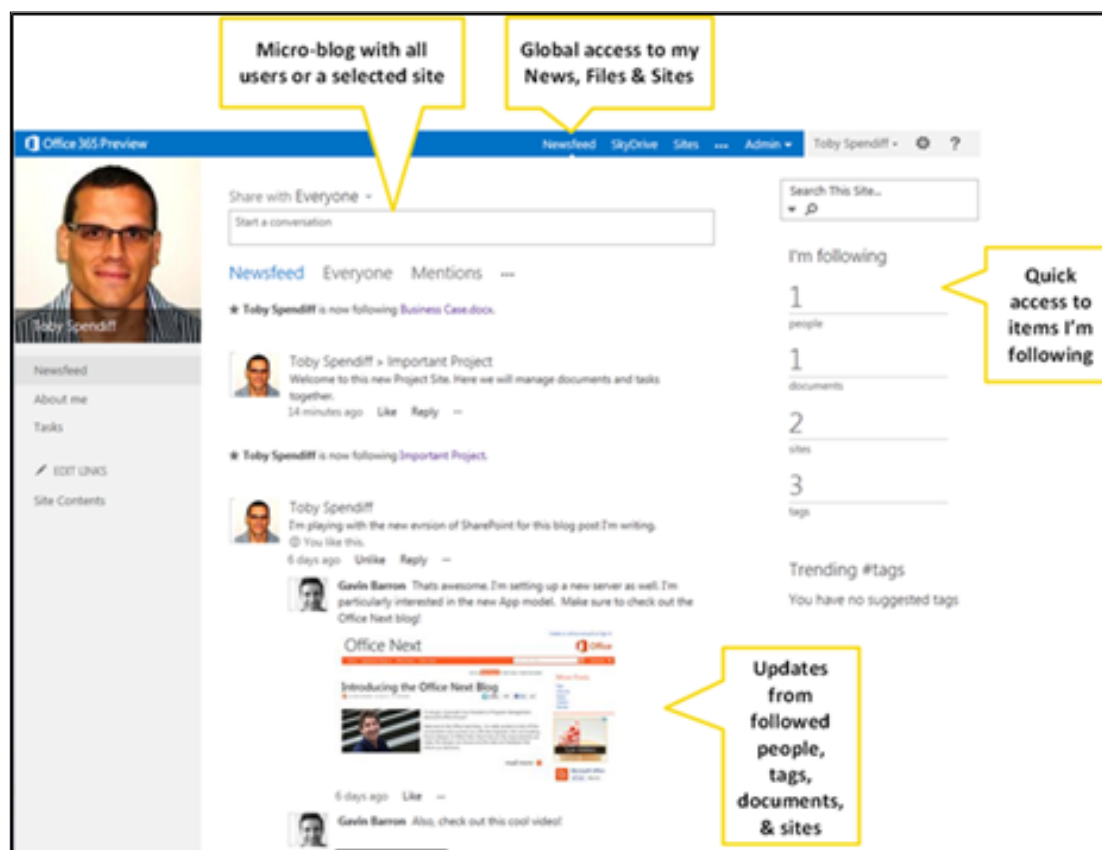
### Bakgrund

Företag av alla sorter och storlekar använder ofta mängder av intern dokumentation, information eller annat innehåll som stöttar verksamheten och dess anställda. När stora delar av denna information finns digitaliserad och internt lagrad blir det viktigt att göra informationen både tillgänglig och levande. Detta innebär ett effektivt utnyttjande av information och verksamheten slipper återuppfinna hjulet gång på gång eller tappa gemensamt fokus. Utöver denna innehållsrelaterade bakgrund existerar även behov av intern samordning och kommunikation för att verksamhetens anställda skall kunna samarbeta, kommunicera och sträva åt samma håll (Büchel, 2001). En intranätportal, härefter kallat intranät, är en IT-baserad approach till det ovan beskrivna behovet. Ett intranät kan uttrycka sig i form av en samling webbsidor enbart tillgängliga för anställda eller andra särskilda personer (Tredinnick, 2006). Inom dessa sidor rymms ofta funktionalitet för Content Management (CM) och Document Management (DM) som hanterar företagets information. För att vidare stötta verksamheten och kollaboration mellan anställda kan intranätet innehålla funktionalitet för arbetsflödeshantering, avdelningsspecifika sidor, diskussionsforum och ett brett spektrum av ytterligare funktionalitet. Kärnfunktionalitet hos intranät är alltså att samordna information, anställda och företagsmål för att uppnå ökad produktivitet och ett bättre internt informationsflöde (Sayed et al., 2009).

Sociala intranät, eller Intranät 2.0 som introduceras i teoriavsnittet, passar in under beskrivningen ovan men tar det hela lite längre än så. Begreppet pekar på resultatet som uppstår när intranät inkluderar verktyg och principer från Web 2.0 (Kim, 2010).

Stora satsningar på så kallade sociala features, eller sociala funktioner, har gjorts i många webbrelaterade sammanhang. Facebook är ett uppenbart exempel på en verksamhet som i grunden bygger på sociala funktioner men det finns många tjänster och verktyg som införlivar samma typ av funktioner, exempelvis Youtube eller dagstidningar på webben som erbjuder kommentarsfält och diskussionsforum. Med andra ord är det sociala begreppet just nu väldigt populärt i webbsammanhang och inte minst i Intranäts-världen (Gilroy & Ives 2006, s. 66). Microsofts flaggskepp när det gäller intranätslösningar, Sharepoint, har i 2010-utgåvan inkluderat sociala funktioner, men i den nyligen släppta 2013-utgåvan tagit det sociala till nya höjder. Inslag från sociala medier, tekniker som möjliggör för användare att dela idéer, skapa innehåll och stärka relationer online (Meerman Scott, 2010). Tjänster präglade av sociala media så som Yammer, Twitter och LinkedIn har nu överförts till företags interna utrymme

(Techday.com, 2012). Figur 1 visar med ett exempel hur Sharepoint 2013 använder sociala funktioner.



Figur 1: Sociala funktioner i Sharepoint 2013 och Office 365.

Källa: <http://www.intergen.co.nz/blog/toby-spendiff/dates/2012/7/sharepoint-2013-social/> , 2013

## Problem

Vad som blir viktigt när man pratar om satsningar på sociala funktioner i intranät är hur de sociala komponenterna påverkar intranätsanvändningen och vilka effekter de har på organisationen (Fu et al., 2007). Beslutsfattare som inför social funktionalitet kan förutsättas ha mer eller mindre definierade syften och mål med införandet av social funktionalitet, detta vid sidan om övergripande syften med intranätet i helhet (Stenmark 2008). Vilka förväntningar som beslutsfattare har när de väljer att införa sociala intranät är intressant eftersom man kombinerar IT med organisationens sociala strukturer som kan vara väldigt komplexa. Effekterna av att införa social funktionalitet är inte heller förutsägbara och kan förhålla sig till beslutshavares vision på flera olika sätt med olika framgångsgrad. Troligtvis kan även oväntade för- eller nackdelar utgöra effekter av social funktionalitet. Med detta sagt är effekterna av att införa social funktionalitet oklara och intressanta att undersöka.

## Syfte och frågeställning

Det vi vill undersöka är hur sociala intranät förväntas påverka organisationen och vad som motiverar de beslutsfattare som väljer att införa dem. Därmed är frågeställningen för denna uppsats följande:

*Vilka förväntningar på sociala intranät existerar hos beslutsfattare?*

Eftersom vårt fallföretag Ninetech har använt sig av ett socialt intranät i cirka två månader finns det även möjlighet att undersöka vilka effekter som på relativt kort sikt uppstått och hur dessa har infriat ledningens förväntningar. Vår andra fråga är därför:

*I vilken mån infrias ledningens förväntningar på sociala intranät i form av faktiska effekter?*

## Definition och avgränsning

Begreppet social funktionalitet, även kallat sociala features, är centralt för denna studie och innebär webbkomponenter som präglas av social användbarhet och tekniker från Web 2.0-begreppet. Social funktionalitet beskrivs mer detaljerat i teoriavsnittet.

Vi har valt att behålla studiens fokus på social funktionalitet och inte göra några omfattande utsvävningar på intranätets övriga funktionalitet som inte räknas som social.

## Undersökningens upplägg

Denna uppsats kommer i teoriavsnittet beskriva de ramverk och begrepp som präglar social webbfunktionalitet. Detta kommer att kompletteras med teoribeskrivning av intranät och dess generella syften samt hur sociala intranät utmärker sig och vad själva begreppet *socialt intranät* innebär.

I empiriavsnittet utför vi intervjuer i olika faser hos ett vårt fallföretag Ninetech som nyligen infört social funktionalitet i sitt intranät. Inledningsvis intervjuar vi ledningsmedlemmar som ligger bakom införandet av social funktionalitet för att ta reda på syften och förväntningar som ligger i grund till införandet. Därefter intervjuar vi användarna av intranätet för att se hur den sociala funktionaliteten tas emot i praktiken samt vilka attityder och användarmönster som blivit ett resultat av införandet. Dessa intervjuer genererar ett resultat som kommer att presenteras i resultatavsnittet. Här sammanställer vi intervjuvaren och lyfter fram de effekter som uppstått av införandet. Dessa effekter analyseras och resoneras kring i vidare utsträckning i diskussionsavsnittet. Samtidigt jämför vi de svar som uppkommer i de båda



intervjuperspektiven (ledning kontra användare) för att ta reda på hur väl ledningens förväntningar möts av de faktiska effekter som ett socialt intranät har genererat.

Slutligen redogör vi i slutsatsavsnittet för våra upptäckter och det sociala intranätets huvudsakliga effekter och dess förhållande till de undersökta företagens förväntningar.

## Teori

### Web 2.0

Web 2.0 är ett samlingsuttryck som beskriver egenskaper hos dagens webb där användare själva bidrar med kunskap och skapar innehåll (Bocij, Greasley & Hickie 2008, s. 163). Här uppdateras och sprids alltså information av användarna. Detta format skiljer sig från det föråldrade *Web 1.0*-formatet med dess ensidiga publiceringsmekanismer där ett företag eller en person publicerar information utan att ge möjlighet till interaktiv respons eller diskussion med läsarna (Stenmark, 2008). Web 2.0 lyfter fram ett "socialt Internet" som stöttar kollaboration och interaktion bland användarbasen vilket kan exemplifieras med verktyg som bloggar med kommentarsfunktionalitet, wiki-sidor eller sociala nätverk (Bocij, et al. 2008, s. 164). Bloggar är tillsammans med wiki-sidor väldigt utmärkande exempel för Web 2.0 då de är enkla att använda och därigenom låter människor utan någon särskild tidigare kunskap publicera information eller diskutera på en webbplattform (Stenmark, 2008).

Taggningsfunktionalitet för att kategorisera innehåll har traditionellt varit författarens uppgift men Web 2.0 tillåter läsarna och de som faktiskt använder information att själva kategorisera innehåll. Att ge informationsanvändare kontrollen innebär en kreativ och deltagande attityd som låter kreativitet kompromissa med produktivitet. Motparten till denna attityd är en attityd mot informationsägarskap med standardiserade plattformar och begränsat författarskap (ibid). Den förstnämnda attityden är alltså en av viktiga aspekter av Web 2.0 och blir särskilt viktig för att förklara Enterprise 2.0 och hur ny teknologi och attityd kan användas för att förändra organisationers intranät.

### Sociala intranät och Enterprise 2.0

När Web 2.0-inspirerade teknologier och funktioner inspirerade av socialt nätverkande och kollaboration existerar inom en organisation kan det benämnas *Enterprise 2.0* (van Zyl, 2008). När van Zyl beskriver Enterprise 2.0 eller som författaren själv fortsätter kalla det, *Social Networking 2.0*, så poängteras vikten av förhållanden och kopplingar mellan människor samt möjligheten att förbättra dessa. Två personer inom samma företag som vanligtvis inte träffas ska alltså kunna hitta gemensamma eller kompletterande kunskapsområden och få kontakt, alltså identifiera en koppling. Det specificeras tre kriterier relaterade till dessa kopplingsupptäckande möjligheter för att en applikation eller komponent ska räknas till kategorin Social networking 2.0:

- Applikationen måste bygga ett digitalt uttryck av personliga förhållanden och länkar
- Applikationen måste bidra till upptäckandet av potentiella kopplingar (mellan personer)

- Applikationen måste bidra till övergången från potentiella kopplingar till svaga eller starka kopplingar (ibid.)

Dessa kriterier hävdar vikten av en social applikation som binder samman människor och bidrar till att upptäcka och bearbeta personliga kopplingar. Användare ska kunna uppvisa sin expertis, erfarenheter och kunskaper i ett sökbart format. Kommunikation i traditionella Internetsammanhang har ofta inneburit envägskommunikation medan Social Networking 2.0 innefattar tvåvägskonversationer där alla deltagare kan göra sin röst hörd och bidra med, eller ta del av, den information som existerar i sammanhanget (ibid.). Idéerna bakom flervägskommunikation ihop med Web 2.0-inspirerade teknologier har en viktig roll i sociala intranät och kan binda samman företag och möjliggöra kunskapsarbete på sätt som inte tidigare var möjliga (McAfee, 2006). Organisationen kan bland annat komma åt input från vanligtvis skilda individer och avdelningar och på så vis utnyttja *kollektiv intelligens* för att arbeta med prognostiseringar och andra undersökande syften (McAfee, 2009). En annan möjlighet, som också är den McAfee anser viktigast med Enterprise 2.0, är att ha ett självorganiserande informationsarbete. Detta innebär att användare kan bygga communities och informationsresurser utan att styras av en central auktoritet eller ledningsfunktion (ibid.).

Historiskt har intranät varit exempel på vad McAfee kallar *plattformar* som präglas av innehåll som produceras och godkänns av en liten grupp och sedan är synlig för hela företaget (McAfee, 2006). Denna rigida och standardiserade typ av intranät är rätt väg att gå enligt merparten av den ledningsriktade litteraturen kring intranät (Stenmark, 2008). Plattformar som synsätt står i kontrast mot *kanaler* i form av exempelvis e-mail eller annan meddelandeprogramvara (McAfee, 2006). Kanaler innefattar information vem som helst kan skapa men enbart är synlig för de som är mottagare. En praktik i kunskapsarbete som länge existerat är företag som med sina kunskapshanteringslösningar försökt fånga ren kunskap i databaser. Brister har uppstått då kunskapsarbetarna i fortsatt stor omfattning använt sig av e-mail eller andra kanaler för att arbeta och sprida kunskap, samtidigt som deras mindre frekventa besök i kunskapsdatabasen inte kunnat lämna några spår eller nytt innehåll (ibid.). Även van Zyl argumenterar mot e-post och påstår att minskandet av störande kommunikation i stil med e-post för att istället gå mot bredare användning av exempelvis wiki-sidor kan öka produktivitet och effektivitet (van Zyl, 2008). Det är traditionellt en låg andel av kunskapsarbetares arbete som hamnar i kunskapsdatabasen och det mesta hamnar i privata e-postkonversationer synliga för ett fåtal. Berikad av teknologi från Web 2.0-paradigmen kan de tidigare nämnda toppstyrda plattformarna omvandlas till sociala intranät. Användarna får då förmågan att kommunicera, kollaborera och direkt bidra med innehåll på ett självständigt

förfaringssätt där intranätets administratör eller tekniker inte behöver blandas in (Kim, 2010). Intranätet kan nu kategoriseras som Enterprise 2.0 och kan synliggöra organisationers praktiker och produkter av kunskapsarbetarens faktiska arbete (McAfee, 2006).

En risk i större organisationer är ett hämmat organisatoriskt kunskapsflöde som i viss mån inte lyckas sträcka sig över olika tjänsteområden, avdelningar, geografiska platser eller tidszoner (van Zyl, 2008). Svaga länkar mellan anställda samt aspekterna ovan gör att lösningar ständigt återuppträffas och organisationens resurser slösas. Samtidigt har kunskap typiskt kommunicerats via en mängd olika kommunikationsverktyg så som e-mail, fax, mallar eller instant messaging. Dessa verktyg är exempel på de *kanaler* som McAfee tar upp och problematik uppstår när konversationerna enbart är synliga för deltagarna och de öppna kunskapsdatabaserna står orörda (McAfee, 2006). Som tidigare nämnt kan sociala intranät motverka denna problematik. En annan problematik kring traditionella intranät med avsaknad av Web 2.0-inspirerad funktionalitet är att information som genereras på intranätet oftast inte har något att göra med medarbetarens specifika behov (Stenmark, 2008).

### SLATES-paradigmen

Men vad innebär Enterprise 2.0 mer specifikt? McAfee säger att teknologiparadigmer ofta består av en samling komponenter och exemplifierar med WIMP (Windows, Icons, Menus, Pointers) som karaktäriserar det typiska användargränssnittet för PC-datorer. Själv lyfter han fram komponentsamlingen SLATES och dess sex Enterprise 2.0-definierande komponenter:

- **Search:** information måste kunna hittas effektivt och traditionella intranäts sidlayouter och navigeringsverktyg är inte tillräckliga då användare föredrar att söka på nyckelord (McAfee, 2006). Detta trots ett rimligt antagande om att ordnade, strukturerade informationsintranät är enklare att navigera än dynamiska och oordnade. Statistik visar att 87 % av användare av internetsökningstjänster bedömer majoriteten av sina sökningar som lyckade (ibid.).
- **Links:** det finns en stor potential i möjligheten för massanvändare att kunna skapa länkar mellan sidor på intranätet (McAfee, 2006). Precis som sökmotorer kan sociala intranät utnyttja den stora informationsmängd som finns i en existerande länkstruktur. De populäraste sidorna och möjligen mest användbara är de som oftast länkas till. Denna typ av information, som är dynamisk och ändras över tiden, speglar användarnas opinion och kan generera mycket värde i kontrast till ett statiskt länknätverk skapat av intranätets utvecklargrupp.

- **Authoring:** syftar på det inneboende författarskap som finns i många människor och viljan att bidra med information eller sin mening. Detta kan göras på flera sätt beroende på medium och två användbara medium är bloggar eller wiki-sidor. En bloggs innehåll är kumulativt och låter information ackumuleras över tiden. Här kan andra författare bidra med kommentarer, länkar och diskussioner baserat på blogginlägg. Wiki-sidor har en iterativ innehållstyp som ständigt förändras, författas och redigeras av olika människor.
- **Tags:** taggar, eller innehållstagg, skapas av användare för att kategorisera innehåll. Det finns webbtjänster vars värde fullständigt baseras på taggfunktionalitet och aggregerar stora mängder innehåll för att sedan låta användarnas taggande bidra till en framväxande kategorisering (McAfee, 2006). Exempel på denna typ av webbtjänst är Flickr eller Technorati och fenomenet kallas folksonomi. En stor fördel är att information och innehåll klassificeras på ett sätt som kan reflektera användarnas synsätt och strukturer väldigt bra. Det finns dock risk för redundans i klassificeringsarbetet och man går miste om möjligheten att klassificera på flera nivåer (ibid.).
- **Extensions:** när användare besöker någon typ av ämnesklassificerat innehåll så kan algoritmer och annan teknik identifiera mönster i informationsnavigeringen och föreslå annat innehåll som förmodligen också är relevant för användaren. Denna utvidgande teknik upptäcker mönster mycket snabbt och har använts flitigt i internetshoppar så som Amazon (McAfee, 2006).
- **Signals:** den sista komponenten i SLATES-samlingen är *signaleringsteknologi* som uppmärksammar användare på när relevant innehåll publiceras. Detta är nödvändigt då det i många sammanhang konstant genereras väldigt mycket nytt innehåll och användare kan bli överväldigade med information (McAfee, 2006). Ett exempel på en användbar teknologi för signalering är RSS (Real Simple Syndication) som låter användare ”prenumerera” på information och med aggregeringsfunktionalitet få en kortfattad översikt på nytt och relevant innehåll.

## Mottagandet av Enterprise 2.0

Vid införandet av Enterprise 2.0-funktionalitet och sociala element på ett företags intranät är första steget för ledningen att inse möjligheterna med den nämnda tekniken (Turban et al., 2011). Nästa steg är att analysera de särskilda omständigheter som råder och utifrån dessa besluta hur införandet ska se ut. I denna analys presenterar Turban et al., flera dimensioner att ta hänsyn till; huvudsyfte eller mål, utvalda deltagare, applikationskategori, nätverkstyp, teknologival, förväntade risker och slutligen riskhanteringsmekanismer. Beroende på hur

organisationen ser ut blir vissa dimensioner särskilt viktiga. Som en ytterligare dimension presenterar vi Stenmarks syn på ledningens roll vid införandet av Enterprise 2.0-funktionalitet och sociala intranät. Ledningen kan anta en stöttande eller motverkande roll vid införandet samtidigt som den kan utöva en passiv eller aktiv strategi (Stenmark, 2008).

	Passive management	Active management
Supportive management	<p>Scenario #1: Management is unaware of or uninterested in the use of Web 2.0 applications and has no strategy for organisational use. Use is implicitly allowed but not actively encouraged.</p>	<p>Scenario #2: Management is positive towards the use of Web 2.0 applications and decides to actively promote it and to foster a corporate attitude of participation.</p>
Obstructive management	<p>Scenario #3: Management does not believe in Web 2.0 applications and do not want it to be used within the organisation but takes no measures to actively obstruct it.</p>	<p>Scenario #4: Management is negative towards Web 2.0 applications and actively devices policies and regulation to prevent such applications from being used.</p>

Figur 4: Four different scenarios for Web 2.0 technologies being introduced in corporate environments (Stenmark, 2008)

Figur 4 visar hur dessa två axlar förhåller sig och det framgår att Enterprise 2.0 kommer kunna sprida sig inom en organisation i samtliga fall utom scenario nummer 4. Scenario nummer 4 innebär att ledningen aktivt motarbetar social funktionalitet och sätter policys som förhindrar de anställda att engagera sig inom tekniken. Detta är givetvis problematiskt ur ett Enterprise 2.0-perspektiv och kan potentiellt innebära en problematisk krock mellan hur unga anställda förväntar sig att arbeta och hur ledningen vill behålla kontroll över information (Stenmark, 2008). (Kim et al., 2010) gjorde en studie i hur ett biblioteks användare tog emot en implementation av Microsoft SharePoint. Det konstaterades att användarna fortsatte använda e-post istället för den implementerade möjligheten att kommunicera och att ledningens passiva roll var en bidragande orsak.

Det kan även vara så att själva användarsidan och de anställda inte vill använda tekniken (Turban et al., 2011). För att motverka detta bör man arbeta med användarträning, resurstillgänglighet och supportkunskaper. Även McAfee belyser ledningens roll och presenterar fyra framgångsfaktorer; en receptiv kultur, en gemensam plattform, en informell utrullning och chefsmässigt stöd (McAfee, 2006). Dessa förhållningsätt är viktiga för att

anställda verkligen ska använda teknologin vid implementation och man får en gemensam aktiv plattform. Ett relevant problem kommer dock kvarstå som McAfee uttrycker det;

*“Most people who use the Internet today aren’t bloggers, wikipedians or taggers. They don’t help produce the platform – they just use it. Will the situation be any different on company intranets? It’s simply too soon to tell.” (McAfee, 2006, p27)*

## Fallstudieobjekt

### Företaget

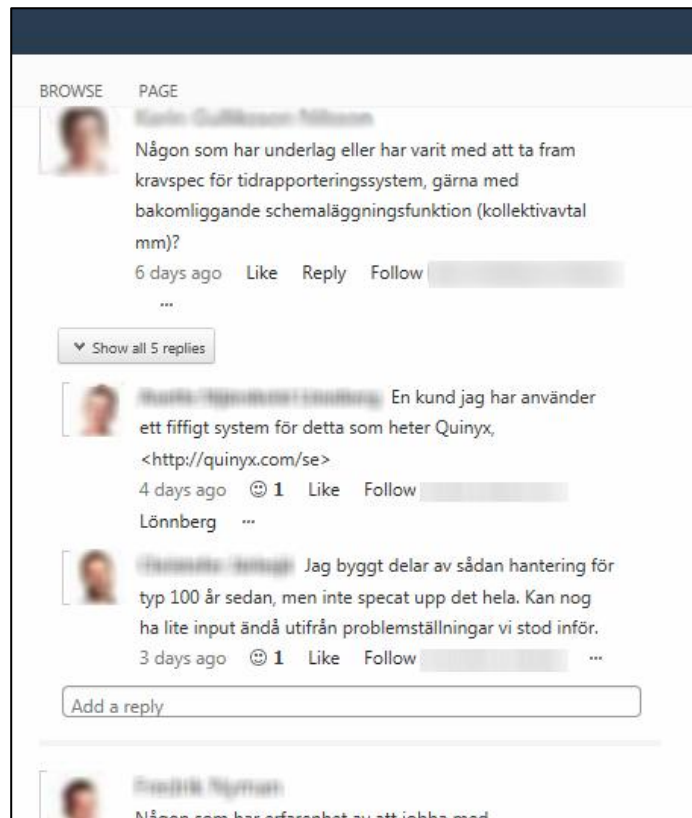
Vår fallstudie kommer att göras på företaget Ninetech, ett mellanstort svensk konsultbolag inom IT-branschen. Företaget arbetar främst inom digital marknadskommunikation och IT och drivande inom fyra marknadsområden som är, servicetjänster, affärslösningar och extern- samt intern webb. Ninetech har ungefär 120 anställda och är huvudsakligen baserade i Karlstad men har även kontor i Göteborg, Stockholm och Örebro.

I den övergripande koncernen, Ninetechgruppen, ingår även Netgain, ett helägt dotterbolag som är beläget i Karlstad och Stockholm. Bolaget är aktivt inom IT-branschen och fokuserar på områden som affärsmässig IT och IT-optimering.

### Intranätet

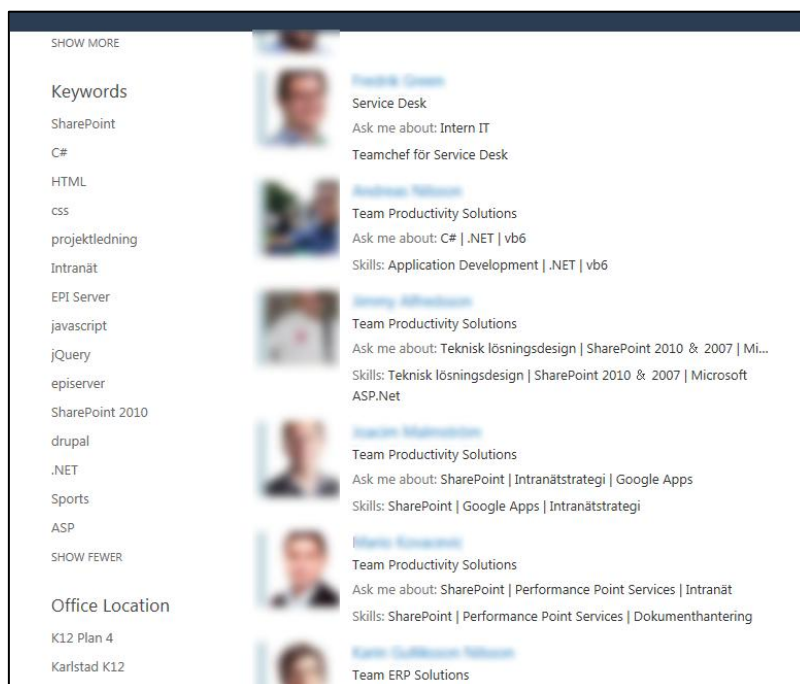
Vår uppsats ämnar undersöka förväntade och faktiska effekter vid införandet av social funktionalitet på ett företags intranät. Ninetech som är vårt fallföretag har ett intranät som heter Ninetech Inside. Detta är baserat på Microsofts samarbetsplattform, SharePoint, och uppgraderades för drygt två månader sedan till den senaste utgåvan, SharePoint 2013. Med detta följde ny funktionalitet av olika slag, men vad som är intressant för denna uppsats är den sociala funktionalitet som numera är mer uttalad och ingår i produkten. I Ninetechs fall har det sociala flödet, eller sociala feeden, använts i störst utsträckning bland den sociala funktionalitet som finns att tillgå. Den påminner om nyhetsflödet på Facebook och visas på intranätets startsida där den ger samtliga användare möjlighet att publicera en fråga, nyhet, påstående eller diskussion av mer eller mindre formell karaktär. Andra användare kan sedan kommentera för att fortsätta diskussionen, eller bara ”gilla” för att visa stöd eller uppmuntran. För att undvika överflöd av information kan användare välja vilka personer eller grupper de vill bli följare av och se aktiviteter eller publiceringar från. Figur 2 är en skärmdump tagen på Insides framsida. Bilden är beskuren för att tydliggöra den sociala feeden.





Figur 2

Bilden visar hur den sociala feeden ser ut och hur användare har startat en diskussion kring en jobbrelaterad fråga som en användare ställde öppet till hela organisationen. Ytterligare en intressant komponent på Inside är "People"-överblicken som låter användaren överblicka organisationen och se vilka kunskaper och expertisområden övriga medarbetare har. Figur 3 illustrerar denna komponent nedan.



Figur 3

## Metod

I detta kapitel presenteras det metodologiska arbetssätt som har använts för studien. Kapitlet innehåller även en presentation av fallföretaget Ninetech och beskriver den empiriska datainsamlingen i form av intervjuer. Metodval motiveras och relateras till den valda problemformuleringen.

## Vetenskaplig ansats

Vi har valt att utföra en kvalitativ undersökning. En kvalitativ ansats innehåller enligt Jacobsen två olika datatyper; primär och sekundär data (Jacobsen, 2002). Båda datatyper har använts för att styrka teorier och resultat. Våra primära data utgörs av datainsamling från intervjuer med olika respondenter från fallföretaget och sekundära data utgörs av teorier och resultat från relaterande forskning.

Syftet med kvalitativa undersökningar är att få defragmenterad kunskap till skillnad från kvantitativa ansatser (Patel & Davidsson, 2003). Detta innebär att data som man samlar in inte är enhetlig men även då data som samlas in saknar en statistisk grund behöver inte det betyda att det inte finns något förhållande mellan dem (Cornford & Smithson, 2006). Det är därför viktigt att man som forskare tolkar och analyserar den data man samlat in (Patel & Davidsson, 2003). Slutprodukten av en kvalitativ ansats brukar presenteras i form av text och citat från den valda datainsamlingsmetoden som kompletteras med egna kommentarer och tolkningar. Vikten av kommentarer och tolkningar i relation till det empiriska materialet är likgiltigt och en bra balans mellan text och tolkning eftersträvas (Patel & Davidsson, 2003).

## Fallstudien

Vi har för uppsatsen genomfört en fallstudie på företaget Ninetech med första delmål att identifiera och kartlägga ledningsgruppens bakomliggande syften och förväntningar på införandet av sociala funktioner i företagets intranät. Nästa delmål var att undersöka de effekter som social intranätsfunktionalitet haft på organisationen. Dessa effekter baseras på slutanvändares upplevelser och attityder och kommer att ställas i relation till de förväntningar ledningen har. Våra förhoppningar var att försöka identifiera generella organisationseffekter hos social funktionalitet som även kan tillämpas på andra organisationer för att resonera kring ämnet. Även om slutsatserna inte kan generaliseras till andra fall, kan de ge upphov till hypoteser vars generella giltighet och drag kan verifieras för ett stort antal fall med kvantitativ metod (Cornford & Smithson 2006).

## Urvalsgruppen

Vi har två respondentgrupper och urval för dessa har skett på två olika sätt för att få ett omfattande perspektiv i relation till undersökningsproblemet.

Urvalet av respondenterna från ledningsgruppen utfördes genom att vi tillfrågade samtliga medlemmar ur ledningsgruppen om de kunde medverka i en intervju för vår studie. Anledningen till detta upplägg av urvalsprocessen var för att kunna få svar på ledningsgruppens bakomliggande syften till införandet av sociala funktioner och de förväntningar och uppskattningar de kan tänkas ha.

Den andra urvalsgruppen av intranätets användare skedde godtyckligt med ambitionen att inkludera minst en representant från varje arbetslag, med ledningen exkluderad. Detta val motiveras av att vi vill få ett brett perspektiv på hur införandet har påverkat organisationen, med de olika arbetslagen på Ninetech inkluderade i så stor mån som möjligt. Vidare så motiveras valet av att slumpmässigt välja ut personer med att vissa användare har en starkare kunskap och koppling till intranätet och detta kan i sin tur generera ett missvisande intryck av de generella kunskaper och insikter som finns på företaget.

### **Hur intervjuerna genomfördes**

Den 24/4 åkte vi till företagets huvudkontor i Karlstad för att genomföra majoriteten av våra intervjuer. Vi valde att utföra intervjuerna på plats för att på bästa sätt delge de forskningsetiska aspekterna av informationsinsamlingen och därmed tydligare förmedla en känsla av trygghet och öppenhet till respondenterna för att de i sin tur skulle kunna ge så ärliga och verklighetsanknutna svar som möjligt (Patel & Davidsson, 2003). Resterande intervjuer gjordes med personer på Ninetechs kontor i Göteborg samt en kompletterande intervju av en representant från ledningsgruppen över telefon.

Vi valde att använda oss utav semistrukturerade intervjuer med relativt öppna frågor så att representanterna från ledningsgruppen och användarna gavs möjligheten att delge sina tankar och idéer utifrån vad de upplevde och tänkte. Samtidigt gav det oss möjlighet att följa upp med frågor om något som inte var tillräckligt ingående förklarad eller svårt att tyda.

Under intervjuerna antecknade vi sammanställningar av vad respondenterna sa och använde dessa som ett komplement till inspelningarna. Efter utförda intervjuer transkriberade vi samtliga inspelningar och skrev ut på papper för att kunna analysera intervjuresultatet på ett tydligt och utförligt vis. När transkriberingar var utskrivna och färdiga började vår dataanalys. Det inledande analysarbetet innebar att vi läste igenom transkriberingarna och försökte få ett genrellt intryck av datan och vilka mönster som kan rymmas, vilket vanligtvis görs i det första skedet av kvalitativ dataanalys (Preece et al., 2011). I detta inledande arbete visade sig de två teman som utgör studiens resultat men bilden av materialet var fortfarande bred och vi hade flera möjliga kategoriseringar på ritbordet. Vi upplevde svårigheten med att hitta användbara

kategorier som inte överlappade varandra, men efter många iterativa genomgångar av transkriberingarna lyckades vi fastställa vår kategorisering av datan. Vad vi genomfört kallas *innehållsanalys*, vilket innefattar att kategorisera data och studera frekvensen av kategoriernas förekomst (Preece et al., 2011). Denna innehållsanalys resulterade alltså i de två kategorier av förväntade samt upplevda effekter som vi presenterar i resultatavsnittet.

Vi vill även tillägga vilka forskningsetiska aspekter vi har tagit hänsyn till vid informationsinsamlingen från intervjuerna:

- **Informationskravet:** Informera de berörda om forskningsarbetet syfte
- **Samtyckeskravet:** Deltagare väljer själv om de vill medverka.
- **Konfidentialitetskravet:** Sekretess gällande konfidentiella uppgifter och personuppgifter.
- **Nyttjandekravet:** Insamlade uppgifter kommer endast att användas för forskningsändamål.

### Metodkritik

En utav de vanligaste kritikerna mot en kvalitativ undersökningsprocess är att man vid datainsamlingen efter ett antal intervjuer når en viss teoretisk mättnad. Detta innebär att man vid en punkt i undersökning har svårt att hitta och identifiera ny information eller data (Cornford & Smithson, 2006). Innebörden av att genomföra en kvalitativ studie är att tolka det individuella bidraget från de som intervjuas, det innebär att man som individ är unik och att man rent generellt aldrig når ett teoretisk mättnad (Trost, 1995). Med det sagt så kunde vi dock se vissa återkommande ämnen och mönster i vår datainsamling. Vidare så får kvalitativ forskning kritik för att man har svårt att redovisa och hitta belägg för generella mönster och tillämpningar för att man i de flesta fall saknar en statistisk grund, fast även om resultatet saknar grund behöver det inte betyda att resultatet inte kan kontrolleras eller valideras (Cornford & Smithson, 2006). Vi är medvetna om dessa aspekter i arbetet med denna uppsats och tror att vårt insamlade material och resultat är tillräckligt förankrat i teori och empiri för att kunna tillämpas till andra studier och företag.

## Empiriskt resultat

### Intervjuer av ledningsmedlemmar

Efter våra intervjuer med företagsledningen om deras förväntningar på det sociala intranätet har vi identifierat två övergripande kategorier, eller teman. Det första temat är effekter på företagskultur som innefattar effekter som exempelvis berör intern gemenskap, medarbetardelaktighet och så vidare. Det andra temat är effekter på informationsarbete som är nischat åt ett informationsorienterat perspektiv med kunskapsdelning och transparens som relevanta beröringsområden. Resultatet från våra intervjuer med företagets ledningsgrupp har kategoriserats enligt denna uppdelning och kommer nu att redovisas under de två rubrikerna.

### Effekter på företagskultur

Flera av respondenterna ur ledningsgruppen talade om förväntade effekter i form av ökad gemenskap inom företaget. En respondent uttryckte sig på följande sätt;

*”Man ska ju så att säga, känna bolagets identitet genomsyras och sen är det ju också viktigt att på något sätt försöka fånga allt som händer i bolaget så att man inte känner sig isolerad, utan att man förstår vad som händer i andra delar av bolaget och det är ju här den sociala feeden kommer in.”* (Respondent 1)

Den sociala feeden som finns på intranätet får uppmärksamhet från samtliga respondenter och respondenten ovan fortsatte med att beskriva den;

*”... och sen har vi ju den sociala feeden där vi ska så att säga lära känna varandra över gränserna, att det inte bara är kompiserna bredvid man pratar med, utan att man ska få en känsla av att man är en del i en större helhet.”*  
(Respondent 1)

En annan respondent ur ledningen uttrycker sig på följande sätt om de sociala funktionernas effekter på den interna gemenskapen inom företaget;

*”Framför allt med de här sociala bitarna är ett av syftena att överbrygga kanske skillnader eller vad ska man säga mellan kanske kontor, mellan team, alltså att man ska få möjlighet att kommunicera i en bredare publik kan man säga. Om och när det fungerar bra så blir det en positiv och bättre kultur på företaget helt enkelt och man lär sig snabbare och vet vad folk kan och allt det där.”*  
(Respondent 2)

Det pratas alltså från många håll ur ledningen om sociala funktionens förväntade förmåga att knyta ihop organisationen och skapa en förbättrad gemenskap och ömsesidig kännedom bland

medarbetarna. En annan förväntning från ledningens sida är en känsla av delaktighet bland medarbetare. Majoriteten av respondenterna berörde denna effekt och följande citat påvisar tankegången;

*”Det leder ju liksom till någon form av nån känsla att man är med och påverkar, man är transparent, visar vad man tycker, vad alla tycker. Det läggs ju inte på någon form av filter från någons chef som ska gå in och säga aja baja. Man kan säga vad man tycker och dela åsikter.”* (Respondent 3)

### Effekter på informationsarbete

Det andra temat vi har uppmärksammat är det sociala intranätets förväntade effekter på verksamhetens informationshantering. En förbättrad intern kunskapsdelning är en återkommande förväntad effekt hos ledningen och som uttrycktes bland annat på följande vis;

*”Förstå vad vi kan som kollektiv och kunna delge sig det, våga fråga, och på så sätt återanvända vår kunskap och det vi bygger upp som kollektiv.”*  
(Respondent 1)

Den förbättrade kunskapsdelningen förväntas kantas av den tidigare nämnda bryggan mellan olika kontor och team som social funktionalitet förväntas utgöra. Två respondenter säger följande;

*”Man ska också kunna få kunskap av kolleger som man kanske inte träffar dagligen.”* (Respondent 1)

*”Man får lite bättre kontakt med folk man vanligtvis inte pratar med just eftersom man har Inside social[syftar på social feed]”* (Respondent 2)

En respondent fortsätter på samma spår och pratar om en organisation där social funktionalitet innebär en plattform för kunskapsdelning och kopplar samman människor som vanligtvis inte arbetar tillsammans. Han illustrerar detta med ett exempel från ett väldigt tidigt skede efter införandet av social funktionalitet;

*” Vi har redan sett flera exempel på kunskapsspridning. Någon ställde en fråga om bulkhantering av ipads, fick en massa olika svar ,delvis från webbutvecklare som föreslog appar, samt från Netgain (ett helägt dotterbolag) om någon helt annat lösning. Två helt olika svar. Finns det något annat verktyg vi har tillgänglig som skulle kunna möjliggöra denna kommunikation? Nej. Massmail*

*hade antagligen gett negativ feedback och få svar. Ringa runt hade inte heller funkat lika bra.” (Respondent 2)*

Informationsspridningen förväntas även innefatta en stor grad av informationstillgänglighet för medarbetarna där information och social funktionalitet alltid går att nå. En respondent uttrycker följande förväntning;

*”Lead by example, vi vill ju visa våra kunder hur vi själva jobbar som ett lysande exempel. Vi har mobil personal som rör sig, vissa dagar är man hemma, andra på kontoret, andra hos kunden. Våra medarbetare har access till uppdaterad information och sociala feeds jämt, på alla devices [...] Vi når ut med information och informationsspridning, det är liksom information at your fingertips är tanken då va.” (Respondent 3)*

### **Intervjuer av användare**

Resultatet från intervjuer med intranätets användare har även de kategoriserats under ett av de två tidigare nämnda teman; effekter på företagskultur och effekter på informationsarbete.

### **Effekter på företagskultur**

Flera av respondenterna bland användarna pratar om upplevda effekter på gemenskapen inom företaget. En respondent säger följande;

*”Vi är 120 personer på olika orter och man lär ju aldrig känna folk. Så att den här [sociala feeden] bidrar ju mer till att man har koll på folk och vad dom är för några, så det har väl bidragit till att man märker av folk man kanske inte annars pratar med.” (Respondent 7)*

Respondenter upplever också ökad gemenskap och ser den *social feeden* som en brygga mellan företagets olika delar;

*”Detta är en ny kommunikationsväg som är informell och den har potential att ta sig över de barriärerna vi har, de stuprör som finns i organisation och som [informations]konsument, när jag läser, så har jag ju hela tiden koll på den [social feeden]. (Respondent 5)*

*”[På frågan om förbindelser med övriga verksamheten förbättrats] Förbättrats absolut. Det är tack vare att vi är duktiga på att använda den[sociala feeden], eller många i alla fall är duktiga. [...] Så det är ju bara positivt tycker jag.” (Respondent 4)*

Andra respondenter är inte lika övertygade om att social funktionalitet kan överbrygga de geografiska och organisatoriska skillnader som existerar i form av olika kontor och arbetslag. Följande svar fick vi på frågan om hur förbindelser med övriga verksamheten har påverkats av den sociala funktionaliteten.

*”Inte alls, egentligen.”* (Respondent 6)

*”Inte jättemycket än, de flesta man ser i flödet är från Karlstad just nu, men i den bästa av världar då ska det ju kännas som om man sitter på samma ställe litegrann, men än så länge har det inte kommit dit, men det är nog för att folk inte har börjat använda det fullt ut ännu.”* (Respondent 7)

*”Nej, jag vet inte om det ersätter att sitta på samma kontor. Jag tror väl det kan hjälpa till litegrann, liksom det skadar ju inte, men jag vet inte i vilken grad det påverkar.”* (Respondent 8)

Flera användare uttryckte en vilja och en föreställning om ett intranät som med social funktionalitet binder samman de olika kontoren och arbetslagen;

*”Det måste bli så att folk inte ska känna att det [företaget] är splittrat, att man inte ska känna att man sitter på olika ställen, jag hoppas det blir så.”*  
(Respondent 7)

*”Det är ju nyttigt att se om någon skriver någonting på feeden där som man aldrig ser på kontoret för att den sitter någon annanstans. Då är det ju nästan som om man hör den i fikarummet liksom. Det är ju närmsta man kan komma, så på det sättet lär man känna folk som inte sitter på samma kontor.”*  
(Respondent 8)

En respondent uttrycker att den sociala funktionaliteten inte varit implementerad särskilt länge ännu och att detta är en faktor som påverkar effekten;

*”[På öppen fråga om hur social funktionalitet fungerar i denna organisation] Det funkar bra, alltså det funkar som det ska, hittills, vi har inte haft det så länge, någon månad bara.”* (Respondent 6)

Intranätet ses av användare som en plats även för mindre jobbrelaterat eller formellt innehåll utan även ett forum för diskussioner av social prägel. En respondent uttrycker sig på följande vis;



*”Jag försöker inte vara alltför privat. Men inte alltför professionell heller, jag tycker inte det riktigt ska vara så. Inte professionellt eller privat utan en balans mellan det.” (Respondent 7)*

Samma respondent fortsätter med att konkretisera sin syn;

*”Alltså det är ju egentligen i grundfunktionen i ett intranät, är ju till för att sprida information men även det här, att få in det här privata att det inte bara ska vara jobb på ett jobb utan att man kan flika in lite, ’vi ska in och dricka öl på fredag, när som ska med?’” (Respondent 7)*

En annan respondent anser också att social funktionalitet minskar stelheten på intranätet;

*”Jag tror att det [social feed] ökar att det inte blir så stelt intranätet, som det lätt blir, att det liksom inte händer någonting och då är det ingen ide att göra något där, så blir det bara ännu mer stelt. Så jag tror att det [med social feed] blir lite mer liv i det.” (Respondent 8)*

Användare lyfte även fram att det är lätt och fritt fram att bidra med information eller diskussion på det sociala intranätet, till skillnad från vissa traditionella metoder för internkommunikation. En respondent gör en jämförelse med en så kallad VD-spalt;

*”Att det inte bara är nått sånt där, VDn har ordet-spalt, utan att alla har samma rätt att skriva egentligen oavsett vad det handlar om, och sen är det frihet under ansvar vad man skriver om och hur ofta.” (Respondent 7)*

Respondenten går vidare om det sociala intranätets övergripande effekter på användarna;

*”Att alla känner sig att dom kan på något sätt bidra, det är bra, jag tror att på till exempel möten att inte alla som gör det, det är lite lättare på ett tangentbord.” (Respondent 7)*

Ytterligare effekter på organisationen som tas upp inkluderar ett smidigare och mer tillgängligt intranät med ökad medvetenhet om den övriga organisationen. En användare berättar hur intranätet bidrar med en intern informationsuppdatering när man som användare är utanför kontoret;

*”[.]. är det så att man är ute och rör på sig, och man känner att man har lite tid över och känner att man vill ha lite koll på vad som händer på kontoret, så kan*

*man ju öppna den och scanna igenom lite snabbt, eller lägga upp något om man har något att berätta som man känner och är med om.” (Respondent 5)*

Två ytterligare uttalanden kring det sociala intranätets effekt på medvetenheten om vad som händer i andar delar av företaget lyder följande;

*”Fler skriver än tidigare, det händer mer och det känns som en mer levande organisation.” (Respondent 6)*

*”[På frågan om införandet har påverkat respondentens arbetsgång] Ja, alltså, kanske inte så mycket i arbetet som sådant, däremot kommunikationen runt omkring arbetet så att man vet mer vad som händer runt i företaget” (Respondent 8)*

### **Effekter på informationsarbete**

Det ges flera exempel på hur det sociala intranätet påverkat kunskapsarbetet i organisationen. En respondent beskriver hur frågor av olika slag kan ställas och nå ut brett inom företaget för att generera ett svar, kanske från oväntat håll;

*”Jag har använt det till främst det är för att skicka ut frågor, lite brett, för att försöka fånga in något kompetensområde, någonting som jag behöver hjälp och då jag inte vet vem jag ska vända mig till. Då är det smidigt att lägga upp en fråga där som går ut brett, utanför de vanliga kommunikationsvägarna, man vet inte riktigt var någonstans man får svar ifrån, det är just där styrkan ligger, skulle jag säga.” (Respondent 5)*

Samma respondent fortsätter med att mer konkret beskriva den ökade kontaktytan vid kunskapsdelning inom organisationen;

*[...] det är lätt att man fastnar i organisatoriska stuprör att vi i PS [Ett team] och kanske än mer liksom dom som delar kontor eller har kontor intill varann, är på samma våningsplan, att det är där mycket av kommunikationen och kunskapsutbytet sker, traditionellt sätt. Här [pekar på den sociala feeden] öppnar det ju att få in kontakt, dels är ju lättare att få kontakt med till exempel er i Göteborg, att ni är med mer i samtalet. [...] det kan komma in folk från Netgain [Ett helägt dotterbolag] eller något annat helt oväntat. Vi är med i samma bolag men vi pratar inte så mycket med varandra och i vissa fall kan det ju vara så att man har kompletterande kompetenser eller att det finns*

*beröringsområden som vi knappt ens kände till att vi hade, och helt plötsligt så öppnar det möjligheter. (Respondent 5)*

En annan respondent beskriver på ett liknande sätt hur man söker kunskap genom att ställa frågor på intranätet utan specificerade mottagare, och hur detta underlättar kunskapsdelningen;

*Folk lägger ut ibland 'är det någon som kan något om den här tekniken eller kunden', eller något och så blir det någon form av seriös eller halvseriös diskussion kring det. Så det har ju påverkat att man faktiskt kan få svar på frågor direkt istället för att gå runt till 5, 6 eller 10 rum och fråga folk som kanske vet något. (Respondent 7)*

En annan respondent i direkt koppling till respondenten ovan berättar om hur hen har bidragit till kunskapsspridningen inom företaget;

*"Gett lite svar på lösningar som folk har frågat efter 'hur skulle det här funka?' till exempel. Lite av varje." (Respondent 4)*

Intranätet med dess sociala funktioner och kommunikationsmöjligheter jämförs av flera respondenter med en annan hittills dominerande form av kommunikation och informationsdelning, nämligen e-post inom organisationen. En respondent tar upp hur den sociala feeden nu förenklar när man vill nå en stor del av organisationen men inte vill riskera att störa folk;

*"Till skillnad från mail så stör det ju inte folk, alltså om man har en fråga då tar det emot lite att skicka ut en fråga till alla via mail. Om man istället skriver det på feeden, så dyker det bara upp en liten grej och så kan man svara om man vill, kan eller har tid." (Respondent 8)*

En annan jämförelse med den traditionella e-postmetoden visar hur information och kunskap återanvänds när hela organisationen kommer åt den istället för de enskilda personer som utgör e-postens mottagarlista;

*Det viktigaste är ju här är att man flyttar ägandeskapet, alltså du äger ju din mailbox [...] Här har vi nu ett kollektivt ägande av informationsflödet [...] det är tillgängligt för alla och det ligger här gemensamt åtkomligt, det fastnar inte hos enskilda individer. (Respondent 5)*

## Diskussion

### Social funktionalitets effekter på företagskultur

I vårt empiriska resultat har vi fått en överblick av de förväntningar som företagets ledning har på införandet av social funktionalitet i intranätet. En viktig förväntad effekt verkar vara ökad gemenskap inom organisationen, som beskrivs vara uppdelad på olika sätt. Först och främst innebär de fyra olika geografiskt belägna kontoren en uppenbar barriär i kommunikationen som gör att det på många håll känns hopplöst att lära känna majoriteten. Dessutom är organisationen uppdelad i olika arbetslag, eller team, som fokuserar på sina egna affärsområden och tekniker med undantag för ett visst antal projekt som bedrivs med flera inblandade team. Detta kan innebära att fram tills punkten då ett team paras ihop med ett annat team, kan en ömsesidig kännedom vara mycket svag, både vad gäller kompetens- och teknikorienterad kännedom och social bekantskap. Denna svaga ömsesidiga kunskap i distribuerade organisationer, som även lyfts fram av van Zyl i teoriavsnittet på sidan 10, lär kräva en viss bandknytande insats i projektets tidiga skede som kräver en viss tidsåtgång och energi. För att återgå till effekten på företagets interna gemenskap och företagskultur så uttrycker ledningsgruppen en förväntan att de anställda inte ska känna sig isolerade av dessa barriärer efter införandet. Barriärerna ska med hjälp av i synnerhet den sociala feeden på intranätets startsida överbryggas och de anställda ska få en uppfattning om vad som händer i andra delar av bolaget.

De anställda som vi intervjuat har uttryckt blandade åsikter kring huruvida barriärerna sänkts. Tre av fem respondenter säger att en märkbar effekt inte ännu upplevts eller har upplevts i låg grad. Dock uttrycks det bland användarna en utbredd positiv inställning till det sociala intranätets potential att minska stelheten, öka aktiviteten och den interna kommunikationen på både formella och informella plan. Det råder inget tvivel om att användarna uppfattar intranätet som en bidragande, eller potentiellt bidragande, faktor till en bättre gemenskap. Denna uppfattning förstärks av Cooks resonemang om att socialt nätverkande inom företag är mycket värdefullt när man vill uppmuntra intern gemenskap över geografiska eller funktionella gränser (Cook, 2008). Sammantaget tyder användares uttryckta inställningar och Cooks teori på att det finns goda möjligheter för det sociala intranätet att motverka barriärerna hos Ninetech och skapa bättre gemenskap över gränser. Trots detta verkar majoriteten av användarna hittills inte upplevt märkbara förbättringar i detta avseende.

Ledningens förväntningar kring minskandet av barriärernas effekt verkar inte uppnått fullt ut. Flera intervjuade användare har pekat på faktumet att det nya intranätet inte varit

implementerat längre än två månader och att folk inte börjat använda det fullt ut ännu. Detta faktum är troligtvis en bidragande förklaring till varför ledningens förväntningar inte uppnåtts fullt ut. Cooks teori styrker denna förklaring då han säger intranätets värde kommer att öka ju fler användare det används av, både för företaget och den individuella användaren (Cook, 2008). Då många användare ser potential till positiva effekter på intern gemenskap och nedbrytande av barriärer verkar det som att företagets sociala intranät med tidens gång kommer lyckas möta ledningens förväntningar kring detta. Detta förutsätter att antalet aktiva deltagare fortsätter förändras i en uppåtgående trend. Därför blir det viktigt för ett lyckat införande att bemöta tre vanliga kategorier för orsaker att inte använda det sociala intranätet. De två första kategorierna handlar om bristande medvetenhet att verktygen existerar och bristande utbildning i hur de används. Den tredje kategorin handlar om sociala, kulturella eller politiska motiv att inte använda verktygen (Cook, 2008). En annan förutsättning för en positiv utveckling är att ledningen förhåller sig på rätt sätt till intranätet och i bästa fall aktivt stöttar användningen i enlighet med Stenmark forskning, se figur 4, sidan 9.

Vi lämnar aspekten kring gemenskap och fortsätter med att diskutera de förväntningar som ledningen uttryckte kring en ökad känsla av delaktighet hos användarna. Det förväntas att anställda ska kunna känna sig förmögna att påverka och uttrycka åsikter utan ett strikt filter från ledningshåll eller liknande begränsningar när man vill publicera inlägg. Detta tycks vara en rimlig förväntning baserat på vårt teoriavsnitt och van Zyls syn på sociala intranäts förmåga att hjälpa varje deltagare göra sin röst hörd.

Som det framgår i empirin på sidan 22 uppfattar användare det som att alla har samma rätt att skriva på intranätet och att det inte råder några strikta restriktioner från ledningshåll. Det verkar heller inte vara så att intranätets nyhetsflöde domineras av ledningen i typisk top down-stil. En anställd har även uttryckt att intranätet ger möjlighet att bidra och vara delaktig på ett enklare sätt än vid möten då vissa håller inne med synpunkter. Samtidigt som denna användare uttryckt sig särskilt positiv till det nya intranätets uppmuntrande effekt på delaktighet från anställdas håll är det inte många användare som specifikt yttrat sig om delaktighet. Därför kan det ifrågasättas hur utbredd känslan av delaktighet egentligen är. Andra användare uttrycker att intranätet är mindre stelt och mer levande efter införandet av social funktionalitet samtidigt som användningsgraden ökat. Detta tolkar vi som att känslan av frihet och delaktighet är utbredd trots att alla respondenter inte använt just dessa beskrivande ord. Sammanfattningsvis tycks ledningens förväntningar kring ökad känsla av delaktighet uppfyllas väl i det nya intranätet. Precis som vi konstaterade i förra stycket kring gemenskapsaspekten tror vi att det även i denna delaktighetsaspekt krävs mer tid för de

faktiska effekterna att uttrycka sig fullt ut och möjliggöra en ännu mer rättvisande bedömning av hur pass väl de lever upp till ledningens förväntningar.

### **Sociala funktionalitets effekter på informationsarbete**

När det gäller organisationens informationsarbete har intranätet alltid varit ett viktigt verktyg. Ledningens förväntningar på vad den nyligen införda sociala funktionaliteten ska bidra med för effekter på denna aspekt innefattar först och främst förbättrad kunskapsdelning som fokusområde. Anställda förväntas nu ha en användbar plattform för att enkelt kunna utbyta kunskap med andra inom organisationen som man vanligtvis inte har kontakt med på daglig basis. Som det i teoriavsnittet framgår på sidan 10 får distribuerade organisationer med geografiska och funktionella gränser ofta ett förhindrat organisatoriskt kunskapsflöde, vilket troligtvis bidragit som incitativ för Ninetech att implementera social funktionalitet. Även i detta delkapitel blir alltså barriärerna inom organisationen ett relevant hinder att överkomma, fast nu i syftet att dela och återanvända information snarare än att skapa intern gemenskap.

Flera av de intervjuade användarna uppger att de använder den sociala funktionaliteten för att ta hjälp av övriga organisationen. Det framgår av användarnas utsagor att barriärerna för kunskapsdelning sänkts och att det finns alternativ till de traditionella informationsvägarna som ofta är begränsade till arbetslag eller kontor. Utöver de återkommande geografiska och arbetslagsrelaterade barriärerna existerar en ytterligare barriär på koncernnivå. Koncernen inkluderar utöver Ninetech ett helägt dotterbolag som i sin tur besitter teknisk kompetens som kan vara värdefull för hela koncernen. Det har uttryckts av anställda att de vanligtvis aldrig har kontakt med detta dotterbolag trots att de delar lokaler och ingår i samma koncern. Av intervjuer framgick dock att det nya intranätet öppnat upp för kunskapsdelning med detta dotterbolag och att det finns exempel på sådan. Överlag tyder det empiriska resultatet på att informationsarbetet har förbättrats och att det existerar en användbar och tillgänglig plattform för återanvändning av kunskap, inte minst över organisatoriska gränser. Produkterna av de anställdas kunskapsarbete kan alltså synliggöras i enlighet med hur McAfee på sidan 7 beskriver Enterprise 2.0 och dess kunskapsorienterade effekter.

Att Ninetechs intranätsanvändare kan läsa om varandras roller och expertis innebär att intranätet uppfyller van Zyls första kriterium för en Social networking 2.0-applikation; *applikationen måste bygga ett digitalt uttryck av personliga förhållanden och länkar*. Beskrivningen av företagets intranät, som återfinns på sidan 13 visar att det finns goda möjligheter att bläddra och söka efter personer baserat på vilka kompetenser och kunskaper man är ute efter. Denna funktion svarar mot van Zyls andra kriterium; *applikationen måste bidra till upptäckandet av potentiella kopplingar mellan personer*. Användarna har i

intervjuerna berättat att de använt intranätet för att hitta nya beröringspunkter, eller kopplingar när vi relaterar till van Zyl, med personer de vanligtvis inte träffar. Att intranätets funktionalitet dessutom ger dem goda möjligheter att samtala eller följa varandras aktivitet innebär att van Zyls tredje kriterium uppfylls; *Applikationen måste bidra till övergången från potentiella kopplingar till svaga eller starka kopplingar*. Därmed kan intranätet klassas som Social networking 2.0-kompatibelt. Sammantaget med övriga empiriska och teoribaserade iakttagelser vi redogjort för ovan tyder helheten på att ledningens förväntade effekter på kunskapsdelning inom och över organisatoriska gränser är förverkligade i betydande grad.

Ledningen förväntar sig även att den sociala funktionaliteten inte bara ska möjliggöra kunskapsdelning och förbättra informationsarbete utan även göra informationen mer tillgänglig för organisationen. Informationen förväntas alltid vara tillgänglig och uppdaterad. Ledningen jämför med e-post och konstaterar att e-post inte kan ge samma möjlighet att ställa frågor brett i organisationen utan troligtvis generat negativ feedback och haft en överbelastande effekt.

Användare har bekräftat att det tar emot lite när man via e-post ska ställa en öppen fråga till en bred publik, kanske till och med till hela organisationen. E-post som medel har i tidigare undersökningar tagit emot kritik från användare. I en undersökning av kunskapsarbetares attityder visade det sig att 26 % av de tillfrågade tyckte att e-post överanvänds och 21 % kände sig överväldigade av kanalen. 15 % tyckte att e-post minskade deras produktivitet (McAfee, 2006). Intranätets sociala feed lyfts av användare fram som ett bra alternativ som kan nå väldigt många utan att störa eller överbelasta organisationen. Användare har även uttryckt att kunskap som delas på intranätet bli tillgänglig för alla anställda, även de som inte är aktiva i diskussionen. Det resoneras att informationen är kollektivt ägd till skillnad från hur e-postlådor ägs av de som mottagit mail. Iakttagelsen stämmer överens med hur McAfee i teoriavsnittet beskriver intranät som plattformar transparenta för alla i motsats till e-post, eller kanaler, som ofta är osynliga för en majoritet. Dessa användarupplevelser tyder på att ledningens förväntningar kring en ökad informationstillgänglighet motsvaras på ett bra sätt av de faktiska effekterna.

### **Möjligheter med SLATES**

Det framgår i beskrivningen av fallstudieobjektet på sidan 14 att det finns en god förankring av följande komponenter: Search, Authoring och Signals. Det finns i SharePoint-programvaran möjlighet att implementera de övriga komponenterna men initiativ för detta har inte ännu genomförts, bortsett från ett arbetslag som infört en wiki-sida specifikt för eget bruk. Att flera komponenter inte implementerats ännu kan bero på en återkommande

anledning för den övriga diskussionen, nämligen att det senaste intranätet fortfarande är relativt nytt och tid samt kompetens har vart fokuserat på annan intranätsfunktionalitet eller på annat håll. Det kan även bero på att samtliga komponenter från SLATES-paradigmen inte behövs av Ninetech vilket styrks av att ledningens förväntade effekter i betydande grad har infriats av faktiska effekter.

Stycket i vilket vi diskuterar det sociala intranätets effekter på Ninetechs informationsarbete framgår det att vi hittat positiva effekter på organisationens kunskapsarbete över barriärerna. Då den sociala feeden visat sig vara det drivande sociala medium som kontinuerligt fylls med frågor och diskussioner är det relevant att fundera kring hur den fungerar på längre sikt. Då viss information fylls på uppifrån trycks samtidigt annan information neråt och till slut får man bläddra långt tillbaka i tiden för att hitta gamla inlägg. Detta ser vi som en potentiell brist då relevant och aktuell kunskap kan hamna långt bak i tiden och tidigare ställda frågor plötsligt ställs på nytt. Intranätets sökfunktionalitet lindrar detta problem till viss del men detta förutsätter också att användare kännedom om funktionen och hur den används. Wiki-sidor är ett tänkbart komplement till social feed som kan skapa överblickbarhet och möjligen fungera bättre på lång sikt när informationskvantiteten växer. Dessutom rymmer wiki-sidor Links och Tags, två SLATES-komponenter Ninetech inte använder i dagsläget. Implementation av dessa en wiki-sida och dessa komponenter skulle potentiellt kunna förbättra kunskapsarbetet ytterligare.

### **Studiens överförbarhet**

Resultatet från vår fallstudie är genomförd och skriven för företaget Ninetech. Studiens huvudsyfte har varit att kartlägga de förväntningar företagets ledning har på införandet av social funktionalitet samt vilka effekter som upplevs av användarna. Ytterligare studier av Ninetechs sociala intranät hade vid ett senare tillfälle varit intressant att undersöka för att se hur effekterna på längre sikt påverkat organisationen. Intressant för studien hade även varit att inkludera fler företag i en mer omfattande undersökning för att hitta fler mönster av förväntningar och effekter på sociala intranät. En annan motivering till att inkludera fler företag i en djupare studie är att hitta de kulturella skillnader som kan finnas på olika företag inom olika branscher och hur dessa förhåller sig till resultatet, samt hur resultatet tillämpar sig på utländska eller multinationella företag. Vi tror att resultatet från vår studie är relevant för kommande forskning och studier.



## Slutsats

Denna uppsats ämnar ge en bild av vilka förväntningar som ur ett ledningsperspektiv ställs på sociala intranätsfunktioner och Enterprise 2.0. Vidare har vi avsett att beskriva vilka faktiska effekter social intranätsfunktionalitet har på en organisation för att sedan undersöka hur pass väl ledningens förväntningar motsvaras.

Intervjuerna av Ninetechs ledningsmedlemmar visade att deras förväntningar på det sociala intranätet går att kategorisera i två teman: effekter på företagskultur och effekter på informationsarbete.

Relaterat till det första temat förväntar sig ledningsgruppen att det sociala intranätet ska skapa en bättre intern gemenskap och överbrygga de barriärer som finns mellan de olika kontoren och arbetslagen. De förväntar sig också att en ökad känsla av delaktighet och möjlighet att uttrycka sig ska existera hos medarbetarna. Vid intervjuer av Ninetechs intranätsanvändare har vi sett tecken på att dessa förväntade effekter börjat uppfyllas i betydande mån men inte fullständigt. Användares positiva inställning till det sociala intranätets möjligheter att uppnå dessa två effekter kombinerat med faktumet att det inte varit implementerat särskilt länge tyder på att effekterna med tiden kommer realiseras i större grad. (Cook, 2008) påstår att det sociala intranätets värde kommer att öka i takt med att användarantalet växer. Att de förväntade effekterna ska realiseras i större grad förutsätter därför att användarantalet ökar med tiden.

Inom temat kring förväntade effekter på informationsarbete har ledningen uttryckt två huvudsakliga förväntade effekter. Den första innefattar en förbättrad organisatorisk kunskapsdelning. Kunskap förväntas alltså flöda bättre över organisationens geografiska och strukturella barriärer och återanvändas i större grad. Dessutom ska informationen som genereras på det sociala intranätet vara mer tillgänglig än tidigare. Intervjuade användares utsagor visade att båda dessa effekter har realiserats i stor grad. Kunskapsdelning mellan företagets olika kontor och arbetslag har ökat samtidigt som diskussioner och kunskap blivit tillgänglig för hela organisationen då den lagras i den sociala feeden istället för att gömmas i privat e-post.

## Referenslista

- Bocij, Paul, Greasley, Andrew & Hickie, Simon (2008): Business Informations Systems: Technology, Development & Management. Pearson Education Limited.
- Büchel, S. T. B. (2001). Using communication technology. Wiltshire: Palgrave.
- Cook, N. (2008). Enterprise 2.0: How social software will change the future of work. Hampshire: Gower Publishing Limited.
- Cornford, C. Smithson, S. 2006. Project Research in Information Systems, a student's guide, second edition. London: Palgrave Macmillan.
- Fu, F., Liu, L. and Wang, L. (2007), Empirical analysis of online social networks in the age of the Web 2.0, Physica A, Vol. 378 Nos 2/3, 678-85.
- Gilroy, K. and Ives, B. (2006). Preparing for 'intranet 2.0' – how to integrate new communication technology into your intranet. Chapter 5 in J. Sumner (ed.) Transforming your intranet, Melcrum Publishing Ltd: London.
- Jacobsen, D. I. (2002). Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen. Lund: Studentlitteratur.
- Kim, Bohyun (2010): Organizational and Social Factors in the Adoption of Intranet 2.0: A Case Study, Journal of Web Librarianship, Vol 4(2-3), 187-206.
- McAfee, A.P. (2006). Enterprise 2.0: The dawn of emergent collaboration. MIT Sloan Management Review, Vol 47(3).
- Meerman Scott, D. (2010). The New Rules of Marketing & PR, 2<sup>nd</sup> Edt. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Patel, R. Davidsson, B. 2003. Forskningsmetodikens grunder, Att planera, genomföra och rapportera en undersökning, tredje upplagan. Lund: Studentlitteratur AB.
- Preece, J., Sharp, H., Rogers, Y. 2011. Interaction Design, tredje upplagan. Wiley.
- Sayed, B.T., Nafaâ, J., & Aref, M. (2009). An archetype to sustain knowledge management systems through intranet. International Journal of Social Science, Vol 4(4), 228-232.
- Stenmark, D. (2008), Web 2.0 in the business environment: A new intranet or a passing hype? Proceedings of ECIS 2008, Galway, Irland, 9-11 juni 2008.
- Techday.com (2012): Microsoft Sharepoint 2013 Indepth Explanation. URL: <http://techday.com/it-brief/news/microsoft-sharepoint-2013-indepth-explanation/124688/> (data hämtad 2013-03-17).
- Tredinnick, L. (2006). Web 2.0 an Business: A pointer to the intranets of the future? Business Information Review, Vol 23, 228-234.
- Trost, Jan. (2005). Kvalitativa intervjuer (3 uppl). Lund: Studentlitteratur.

Turban, E., Bolloju, N., Liang, TP (2011). Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce. 21:3, 202-220.

Van Zyl, A.S. 2009 “The Impact of Social Networking 2.0 on organizations”, The Electronic Library, Vol 27(6), 906-918.

## **Bilaga 1 – Intervjufrågor för ledningsmedlemmar**

### **Intervjufrågor till ledningsmedlemmar**

<i>Introduktion</i>	Presentera dig själv (din roll, position, arbetssysslör) Vad är din relation till Ninetech Inside?
<i>Ninetech Inside</i>	Vilka övergripande syften tjänar Inside? Hur pass social funktionalitet har Inside?
<i>Social Funktionalitet</i>	Vilken social funktionalitet existerar på Inside? Vilka syften har Insides sociala funktionalitet? Hur anser du social funktionalitet tjänar till övergripande syften? Någon social funktion som saknas/kan göras bättre? Andra/övriga förändringsförslag?

## **Bilaga 2 – Intervjufrågor för intranätsanvändare**

### **Intervjufrågor till användare av intranätet**

<i>Introduktion</i>	Presentera dig själv (din roll, position, arbetsysslor)
<i>Användning</i>	I vilken grad anser du dig ha använt dessa sociala funktioner? Tar du del av innehållet i sociala funktioner?
<i>Påverkan</i>	Hur har införandet påverkat dig och ditt arbete? Har införandet påverkat din förbindelse med övriga verksamheten?
<i>Effekter</i>	Positiva effekter av införandet av sociala funktioner? Några negativa effekter av införandet? Någon funktion som du hade velat se?
<i>Attityd/Inställning</i>	Öppen fråga: Vad är din spontana inställning till de sociala funktionerna i intranätet?