



HØGSKOLEN STORD/HAUGESUND

E-postkommunikasjon



Bacheloroppgave utført ved

Høgskolen Stord/Haugesund, utdanning

Av: Student 1: Fredrik Alvestad Kandidatnummer 6

Student 2: Tove Amundsen Kandidatnummer 10

Dette arbeidet er gjennomført som ledd i bachelorprogrammet i økonomi og administrasjon ved Høgskolen Stord/Haugesund og er godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at HSH innestår for metodene som er anvendt, resultatene som er fremkommet og konklusjoner og vurderinger i arbeidet.

Bacheloroppgavens tittel: E-postkommunikasjon

Student 1

Student 2

Fredrik Alvestad

Tove Amundsen

(Sign)

(Sign)

Navn på veileder: Idar A. Johannessen

Gradering: *Offentlig.*

Innholdsfortegnelse

Forord	iii
Sammendrag	iv
1. Innledning	1
1.1 Bakgrunn for valg av problemstilling	1
1.2 Problemstilling	1
2. Teori	1
2.1 Kommunikasjon	2
2.1.1 E-postkommunikasjon	2
2.1.2 Kommunikasjonsprosessen	2
2.1.3 Kommunikasjonsmodell, samspill	3
2.1.4 IHR- modellen	4
2.2 Etikk	7
2.3 Verdi	8
2.3.1 Verdiers funksjon	8
2.3.2 Åpne og skjulte verdier	8
2.3.3 Verdisystemer	8
2.4 Psykososialt arbeidsmiljø	9
3. Metode	10
3.1 Kvalitativ metode	10
3.2 Kvantitativ metode	11
3.3.3 Fordeler og ulemper ved valgt metode	11
4.0 Datainnsamling	11
4.1 Intervjuprosessen	11
4.1.1 Utvalg	12
4.1.2 Gjennomføring	12
4.1.3 Bearbeiding	15
4.2 Bruk av fokusgrupper	16
4.2.1 Utvalg	16
4.2.2 Gjennomføring	17
4.2.3 Bearbeiding	22
5. Dataanalyse	22
5.1 E-postkommunikasjon	22
5.1.1 Fordeler	22
5.1.2 Ulemper	24
5.2 Struktur	25
5.2.1 Relasjon avsender / mottaker	25
5.2.2 Innledning	26
5.2.3 Utforming	27
5.2.4 Avslutning	29
5.3 Grenseskillet mellom jobb og privat	29
5.4 Tilsikta / utilsikta virkning	31
5.6 Gevinst	33
5.7 Utfordring	35
6. Drøfting og diskusjon	36
6.4 Forslag til kjøreregler	42
7. Konklusjon	43
8. Kilder	I
9.0 Vedlegg	II

Forord

Denne bacheloroppgaven er en del av vårt treårige bachelorstudie innen økonomi og administrasjon på Høgskolen Stord Haugesund (HSH).

Studiet gir 15 studiepoeng. Studiespesialisering innen ledelse. Bacheloroppgaven er skrevet av studentene Fredrik Alvestad og Tove Amundsen i perioden oktober 2013 – mai 2014. Studentene er begge to i full jobb utenom studiet, noe som har gitt studentene et unikt innblikk i problemstillingen. Problemstillingens tema tar for seg hvilke påvirkning e-postkommunikasjon kan ha på det psykososiale arbeidsmiljøet.

Bacheloroppgaven har vært en travel, kjekk og lærerik prosess.

Tusen takk til våre velvillige arbeidsgivere, kollegaer, tålmodige familie, venner og til alle informantene som tok seg tid til å stille opp på vår datainnsamling i en travel hverdag.

Til sist men ikke minst en ekstra stor takk til vår veileder Idar A. Johannessen for medvirkning til flott fremdrift og god veiledning gjennom hele prosessen.

Tusen takk!

Sammendrag

Det psykososiale arbeidsmiljøet i offentlig sektor kan påvirkes av mange ulike faktorer, e-postkommunikasjon er en av dem. Vi har begge opplevd at e-post på arbeidsplassen stadig blir mer brukt som kommunikasjonsform mellom alle de ansatte. For å sette fokus på dette utformet vi følgende problemstilling:

På hvilke måte kan e-postkommunikasjon påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet?

For å kunne besvare denne problemstillingen satte vi oss inn i relevant faglitteratur og teori innenfor kommunikasjon, etikk, arbeidsmiljø og verdi. Det ble også innhentet informasjon fra diverse nettsteder.

Datainnsamlingen foretok vi ved å gjennomføre to dybdeintervju og fire fokusgruppeintervju i organisasjonene Tysvær kommune og Politiet i Haugesund. Dette gav oss en god kvalitativ innsamling av datamateriale. I forkant av dybdeintervjuene utarbeidet vi en åpen intervjuguide (vedlegg 4), som igjen ble revidert før fokusgruppeintervjuene. Totalt 21 informanter delte sine tanker og erfaringer rundt e-postkommunikasjon.

Oppgaven er skrevet i en narrativ form og er delt inn i syv hoveddeler. Vi tar leseren gjennom alt fra oppstart, teori, gjennomføring, våre funn og konklusjon. Det er lagt vekt på at oppgaven skal være så oversiktlig som mulig, for å belyse de temaene vi ser på som viktigst.

Vår undersøkelse viser at det er en klar sammenheng mellom e-postkommunikasjon og psykososialt arbeidsmiljø. En slik form for kommunikasjon kan påvirke både positivt og negativt for de ansatte og deres organisasjon.

1. Innledning

1.1 Bakgrunn for valg av problemstilling

Da vi begge er i fast arbeid og har vært aktive i yrkeslivet de 20 siste årene, har vi fått med oss deler av e-postens utvikling. For å øke vår forståelse innenfor bruken av e-post og hvilke konsekvenser dette kan medføre for organisasjonen og det enkelte individ, valgte vi å gå i gang med en eksplorativ undersøkelse rundt temaet.

Vi har avgrenset oppgaven til kun å se på e-postkommunikasjon som er jobbrelatert og hvilke påvirkninger dette kan få på organisasjonens arbeidstakere.

1.2 Problemstilling

På bakgrunn av vår interesse innen dette området og den avgrensingen som vi satte, utformet vi følgende problemstilling:

På hvilke måte kan e-postkommunikasjon påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet?

2. Teori

I dette kapittelet skal vi forklare de teoriene som vi ser på som spesielt relevante for å belyse vår problemstilling. Dette er teori innenfor kommunikasjon, etikk, verdisyn og psykososialt arbeidsmiljø. Vi har også tatt med noen illustrasjonsmodeller som vil hjelpe til med å illustrere hvilke kommunikasjonsform vi legger til grunn for drøftingskapittelet.

Perspektivet vi har valgt å belyse er e-postkommunikasjon og hvordan bruken av denne kommunikasjonskanalen kan påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet.

I følge Anthony Giddens er det moderne samfunn stadig i endring. Han uttrykte dette på følgende måte:

(Johannessen, Christoffersen & Tufte, 3 utgave 2011, side 48)

I det moderne samfunnet må individet reflektere over sin egen status og skape sin egen identitet i samspill med andre mennesker. Selvidentiteten blir dermed dynamisk, den endrer seg over tid som resultat av våre refleksjoner og spillet med andre.

(Giddens 1991)

2.1 Kommunikasjon

Kommunikasjonsprosessen foregår gjennom sosiale samspill mellom mennesker verbalt eller non-verbalt. E-post er en non-verbal kommunikasjonsform. (Kaufmann & Kaufmann, 2003, side 286)

2.1.1 E-postkommunikasjon

Der var den igjen. Helt uten forvarsel dukker den opp nederst i høyre hjørne. Der kommer den til syne, men kun for et lite øyeblikk. Et lite øyeblikk som er akkurat stort nok til å bryte av den tankerekken hjernen min var opptatt med. Sekstifire sekunder tar det å gjenopprette tankerekken, hvis ikke nysgjerrigheten min tar helt overhånd. Jeg må bare, MÅ bare ta en titt på e-posten. Hvis e-posten på maskinen er aktivert kan vel alle og enhver kjenne seg igjen i denne situasjonen. Videre vil vi gi et lite innblikk i e-postens opprinnelse.

Dataingeniøren Ray Tomlinson oppfant internettbasert e-post tidlig på 70 tallet, nærmere bestemt i 1971. Han valgte å skille mellom brukerens navn og brukerens datamaskin ved hjelp av alfakrøll tegnet. På denne måten ble den enkelte bruker definert og fikk en unik e-postadresse. (Digi.no,2001)

Den aller første e-posten som ble sendt ut hadde ingen spesiell betydning utenom å sjekke om tanken å sende e-post fra en datamaskin til en annen fungerte. Datamaskinene stod side om side og det aller første ordet som ble overført var "QWERTYUIOP". På tidspunktet dette ble oppfunnet var det ingen etterspørsel eller behov for e-postkommunikasjon – Ray Tomlinson ønsket å teste dette ut fordi det virket som en kul ide. (Bellis,u.å)

Ray Tomlinson sitat: "Mostly because it seemed like a neat idea." (Bellis,u.å)

2.1.2 Kommunikasjonsprosessen

Kommunikasjonsprosessen er enkelt fortalt kommunikasjon fra avsender til mottaker gjennom en kommunikasjonskanal. Denne kommunikasjonsformen kan være skriftlig eller muntlig, verbal eller non-verbal og består av ulike faser som bidrar til prosessens totale helhet. (Kaufmann & Kaufmann, 2003, side 286 -288)

Den som sender et budskap til en mottaker har sine tanker og bakgrunnsinformasjon om budskapet, og vil formidle dette i form av valgt kommunikasjonskanal og hvordan budskapet blir utformet. Innkodingen handler om hvilke hensikt avsender vil formidle til mottaker.

Kommunikasjonskanalen kan være samtaler ansikt til ansikt, videokonferanser, brev korrespondanse, e-post, telefonsamtaler, internett diskusjoner, snapchat, twitter, vine,

facebook, instagram etc. All kommunikasjon som foregår mellom sender og mottaker hvor de ikke ser eller hører hverandre, vil vi betegne som non-verbal kommunikasjon. Den som mottar budskapet må tolke innholdet ut ifra hvordan dette blir levert og ut ifra egne erfaringer, assosiasjoner og forståelse. Mottaker må lese mellom linjene og tolke både verbal og non-verbal kommunikasjon. Avkodingen handler om å forstå avsenders hensikt med å formidle budskapet til mottaker. Kommunikasjonsprosessen utsettes for støy i form av ukonsentrasjon, mangel på språkformidling og språkforståelse, mottakers assosiasjoner til budskapet, tolking av non-verbal kontra verbal kommunikasjon. (Kaufmann & Kaufmann ,2003)

Kommunikasjonsprosessen er et samspill hvor både avsender og mottaker bidrar med informasjon sett ut ifra eget perspektiv. Informasjonen blir filtrert av både avsender og mottaker etter en utvelgende prosess. Dette på grunnlag av språkbruk, følelser, assosiasjoner til budskap, samt avsenders/mottakers, tidspress, mengde og eventuell ikke-verbal kommunikasjon. (Kaufmann & Kaufmann ,2003)

Det mellommenneskelige samspillet som oppstår i prosessen spiller en viktig rolle for hvordan kommunikasjonen tolkes og forstås. For å gi en økt forståelse til drøftingen, vil vi i dette kapitlet forklare hvilke kommunikasjonsmodeller vi har valgt og hva disse går ut på. Vi vil fokusere på samspill, innramming, handlingsmønster, beslutninger og resultat. Kommunikasjonsmodellene kan ses hver for seg, og i en sammenheng. (Kaufmann & Kaufmann ,2003)

2.1.3 Kommunikasjonsmodell, samspill

Nedenfor beskrives den hermeneutiske sirkel:

(Johannessen et al., 3 utgave 2011, side 418)

All fortolkning består i stadige bevegelser mellom helhet og del, mellom det man skal tolke, og den konteksten det tolkes i, mellom det man skal tolke og vår egen forforståelse. Hvordan delene skal fortolkes, avhenger av hvordan helheten fortolkes, og hvordan helheten fortolkes, avhenger av hvordan konteksten fortolkes, og omvendt.



Vi velger å kalle denne sirkelen for kommunikasjonsmodell for samspill. Modellen forklares enkelt ved at avsender behandler e-post ut ifra hvordan han forstår situasjonen og handler deretter. Mottaker behandler e-posten ut ifra hvordan han forstår situasjonen og handler deretter. Det foregår et samspill mellom avsender og mottaker. Når vi benytter denne modellen overordnet for neste kommunikasjonsmodell, vil samspill mellom avsender og mottaker få en ny mening. (Johannessen, I. 2011)

2.1.4 IHR- modellen

IHR-modellen forklarer hvordan innramming, handlingsmønster og resultatet blir utformet i en e-post. Modellen tar for seg hvordan avsender ønsker å ramme inn budskapet i meldingen til mottaker, og hvordan mottaker ønsker å oppfatte budskapets innramming og handlingsmønster. (Johannessen, I. 2011)



Vi illustrerer grunnprinsippet i modellen ”It takes 2 to tango” (Johannessen, I. 2011)

”It takes 2 to tango”



Innramming

E-posten sin innramming kan være mer enn selve utformingen av innholdet. Når vi skal skrive en e-post har vi ofte en forventning om hvorfor og hvordan vi rammer inn budskapet vårt. Det er flere faktorer som spiller inn her. Forventningen vi har bygger på hvilke relasjon vi har til mottaker, våre antakelser om deres væremåte, styrke, svakheter, egenskaper og ferdigheter. Som avsender må vi vise hensyn og tenke igjennom hvilken rolle vi har i hver enkelt situasjon, finne vår styrke og vite om våre svakheter. Først når vi forstår rollefordelingen og drivkraften mellom avsender og mottaker vil vi ha mulighet for å oppnå en god innramming og et ønsket resultat på e-postkommunikasjonen. (Johannessen, I. 2011)

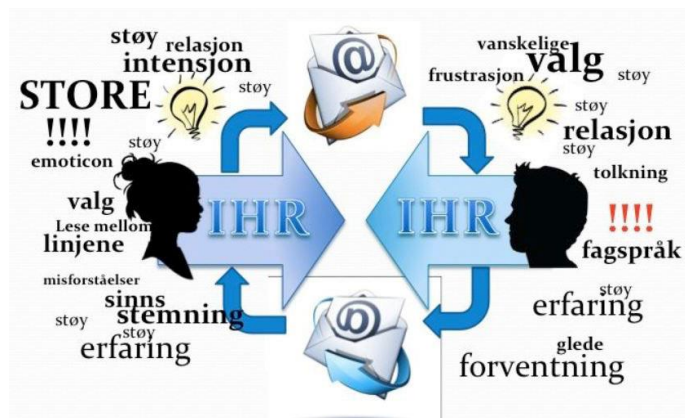
Handlingsmønster

Det handlingsmønsteret vi velger å benytte i e-posten er avgjørende for om vi oppnår ønsket respons eller ei. Bevisstgjøring rundt hvordan budskapet presenteres kan øke muligheten for at ønsket resultat oppnås. Erfaring gjør at vi tyder signaler raskere og vet hvordan vi skal reagere på ulike situasjoner. Denne erfaringen har vi også med oss når vi behandler e-post.

Når vi skriver budskapet vårt er det lurt å tenke igjennom hvordan vi vil påvirke mottakeren. Vi kan være i kontrollmodus eller i læringsmodus. Hvis vi er i kontrollmodus vil dette si at vi prøver å kontrollere samtalen og få mottaker til å dele vårt syn på saken. Hvis vi derimot er i læringsmodus vil målet vårt være å få vite mer om mottakers syn på saken. Resultatet blir avgjort etter e-postens fremtoning. (Johannessen, I. 2011)

Resultat

Det resultatet som foreligger er din innramming sammen med ditt handlingsmønster, sett i sammenheng med mottakers innramming og handlingsmønster. Dette samspillet bidrar til sluttresultatet. (Johannessen, I. 2011)



Blinde flekker

Når vi kommuniserer med andre mennesker står vi ovenfor flere ulike utfordringer. Tidligere har vi nevnt innramming og handlingsmønster, nå vil vi se på de utfordringene som blinde flekker bringer med seg. (Johannessen, I. 2011)

Blinde flekker

Det jeg kan se	Det jeg ikke kan se
<ul style="list-style-type: none">* Det jeg har å hankses med* Det jeg prøver å få til	<ul style="list-style-type: none">* Hva jeg faktisk gjør* Hvilken virkning jeg har på deg
<ul style="list-style-type: none">* Hva du faktisk gjør* Hvilken virkning du har på meg	<ul style="list-style-type: none">* Hva du har å hankses med* Hva du prøver å få til

© Action Design, oversatt av Idr Johannessen

Det vi kaller for blinde flekker er det vi kan se og det vi ikke kan se. I e-postkommunikasjon kan vi se det vi skriver og det vi prøver å formidle, men vi kan ikke se hvilke påvirkning dette har på mottakeren. Vi har ikke informasjon om alt som skjer på motsatt side av forsendelsen, dette kan være alt fra humørsvingninger, måten budskapet blir tolket på, til de tanker mottaker har om deg som avsender og til innholdet i e-posten. Det er krevende å ta hensyn til blinde flekker fordi dette hensynet blir antakelser om hvilke utfordringer vi står ovenfor.

(Johannessen, I. 2011)

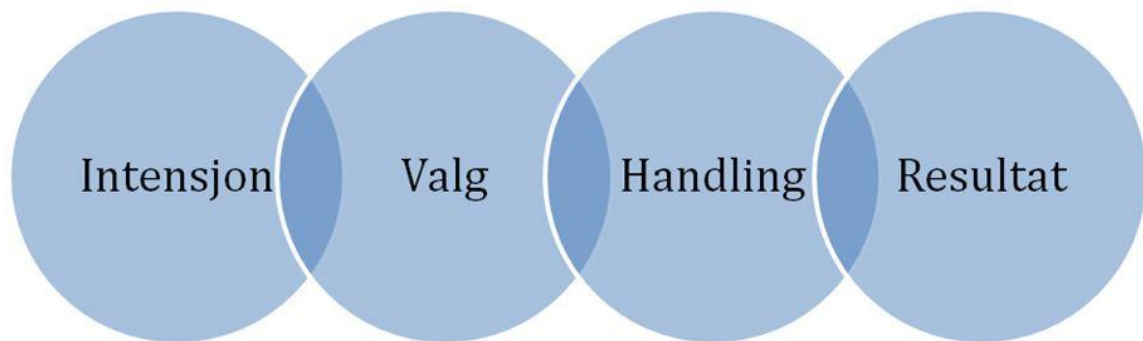
Slutningsstigen

”Individet vurderer de handlingsalternativene som foreligger i en gitt situasjon, og skiller mellom alternativer som det ønsker å realisere, og alternativer som det ønsker å unngå.”

(Johannessen et al., 3 utgave 2011, side 49 -50)

Det ligger i menneskets natur å tilnærme seg det alternativet som gir minst mulig ubehagelig utslag. Vi leser e-post og behandler denne med tanke på egen vinning. Når vi mottar en e-post trekker vi raskt en slutning om avsender, innhold og forståelse av innholdet. Vi identifiserer de delene som er gjenkjennelige for oss. Slutningsstigen går ut på å identifisere data, tolke datamaterialet, konkludere og handle. I utgangspunktet en enkel prosess, før vi legger til det vi kan se og det vi ikke kan se. Hvilke intensjoner ligger til grunn for e-posten? Hva baserer

vi våre valg ut ifra? Hvilke innramming og handlingsmønster benytter vi for å oppnå ønsket resultat?



Det er vanskelig å vite hvilke hensikt avsender har med sitt budskap, ofte konkluderer mottaker ut ifra eget ståsted hva motivet er. De beslutningene vi tar underveis er med på å bestemme hvilket resultat vi konkluderer med til slutt. (Johannessen, I. 2011)

2.2 Etikk

”Etikk dreier seg om prinsipper, regler og retningslinjer for vurdering av om handlinger er riktige eller gale.” (Johannessen et al., 3 utgave 2011, side 93)

Etikken handler om hvordan vi som mennesker oppfører oss ovenfor hverandre, både verbalt og nonverbalt. Dette gjelder ikke bare direkte mot en person, men også hvordan vi indirekte kan påvirke hverandre. Vi kan tenke oss en leder som sender en e-post til sine mellomledere, hvor han rakker ned på de ansatte som har utført en arbeidsoppgave. Ordbruken og innholdet stemmer ikke overens med de prinsippene som organisasjonen har. Dette er da en handling som vi kan si strider mot god etikk. Ikke bare for mellomlederne som får den, men også for de ansatte som har utført arbeidsoppgavene som blir indirekte påvirket av e-posten. (Johannessen et al., 2011)

Det som kan fremstå som god etikk et sted, trenger nødvendigvis ikke være god etikk et annet sted. Vi kan tenke oss en e-post som blir sendt til en god kollega, hvor tonen og innholdet er veldig løst og tullete. Dette trenger ikke være dårlig etikk, da begge parter kjenner hverandre godt og ser det humoristiske i innholdet. Hadde den samme e-posten imidlertid blitt sendt til sjefen, kunne både innhold og avsender bli oppfattet som useriøs da prinsippene på arbeidsplassen tilsier at slikt gjør man ikke. (Johannessen et al., 2011)

2.3 Verdi

”Einar Aadland beskriver verdier som stabile mål, idealer eller prioriteringer som kjem til uttrykk gjennom reflekterte verbale fråsegner og/eller gjennom handlingsmønster”.

(Kaufmann & Kaufmann, 2003, side 262)

Veldig enkelt kan man si at verdier handler om den enkelte sine grunnleggende prinsipper og overbevisning, på hva som er rett og galt. Dette vises igjen i den enkelte sin væremåte og hvordan en handler. (Kaufmann & Kaufmann ,2003)

2.3.1 Verdiers funksjon

Verdiene sin funksjon kan man dele opp. Rokeach skiller mellom fire slike funksjoner. Kort fortalt er dette 1)Standard 2) Plan for konfliktløsning og beslutninger 3) Motivasjon og 4) Grunn pilar for selvaktelse. En standard for en ansatt kan være at han alltid sender e-poster utformet på samme måte. Alle e-postene fremstår som formelle, da dette er blitt en standard for denne personen. For punktet plan kan vi tenke oss en person som har valget mellom å sende en e-post eller ta direkte kontakt med vedkommende på kontoret. Kanskje velger personen å ta direkte kontakt, da dette er en kommunikasjonsform han foretrekker fordi de mellommenneskelige relasjonene betyr mye for han? Dersom denne personen alltid oppnår målene med å ta direkte kontakt, kan det i seg selv motivere til å fortsette med dette handlingsmønsteret. Dette vil igjen bidra til at personen opprettholder og øker sin selvfølelse. (Kaufmann & Kaufmann, 2003, side 263)

2.3.2 Åpne og skjulte verdier

En skiller også mellom åpne og skulte verdier. Åpne verdier er gjerne lette å formulere, og verdier som alle gir uttrykk for å være enige i. De skjulte verdiene er derimot ikke synlige på samme måte. De er innarbeidet over lengre tid og kan være vanskelige å endre. Disse verdiene kan styre den enkeltes adferd like mye som de åpne verdiene. En person kan ha et uttalt verdisyn om at alle skal behandles likt. Dette er lett å formulere og lett å si seg enig i. Den samme personen kan samtidig ha negative holdninger til innvandrere, og vil på bakgrunn av dette behandle disse personene på en annen måte, selv om hans åpne verdier sier noe annet. (Kaufmann & Kaufmann ,2003)

2.3.3 Verdisystemer

Et verdisystem er et sett med verdier som er organisert på en slik måte at en kan systematisere disse. Verdihierarki blir da hva som en setter foran det andre. Hva som betyr mest for den

enkelte. Disse verdihierarkiene er personlige, og noe som man drar med seg inn i organisasjonene. Det som du har lært fra barndommen av og som er viktig for deg, er ikke sikkert like viktig for de som du jobber sammen med? (Kaufmann & Kaufmann, 2003, side 264)

Verdier og behov henger tett sammen. Alle har vi de samme grunnleggende behovene slik som; mat, husly, trygghet, fellesskap, osv. Disse er nok med på å farge den enkeltes verdisyn. Men en har også sett at læring er sentral i utviklingen av verdier. Denne læringsprosessen betegnes ofte som sosialisering. Vi lærer og utvikler disse verdiene ut fra sosialisering med for eksempel familie, venner og medarbeidere på arbeidsplassen. Jobbsituasjonen kan derfor være med på å påvirke verdiene til den enkelte. En nyansatt medarbeider vil dra med seg sitt eget verdisyn inn i organisasjonen. Dersom dette verdisynet er forenlig med de nye medarbeiderne, vil dette verdisynet forsterkes. Er de ikke forenlige kan den nyansatte ta medarbeidernes verdisyn til seg, og la dem bli til en del av sine egne.

(Kaufmann & Kaufmann ,2003)

2.4 Psykososialt arbeidsmiljø

Psykososialt arbeidsmiljø kan ses på som et samlebegrep som omfatter flere elementer i en organisasjon. Dette er organisasjonskultur, organisatoriske forhold, mellommenneskelige samspill og den enkelte arbeider og hvordan arbeidet påvirker denne.

(Kaufmann & Kaufmann, 2003, side 261)

(Kaufmann & Kaufmann, 2003, side 269)

En mye brukt definisjon på organisasjonskultur finnes hos Henning Bang og er;

”...de sett av felles delte normer, verdier og virkelighetsoppfatninger som utvikles i en organisasjon når medlemmene samhandler med hverandre og med omgivelsene”.

Organisatoriske forhold kan være måten bedriften organiserer seg på. Er alle underlagt samme leder, eller finnes det flere avdelinger med mellomledere? Kanskje er det kort avstand mellom avdelingene slik at samarbeidet mellom de ansatte blir veldig bra, som igjen bidrar til et godt psykososialt arbeidsmiljø. (Kaufmann & Kaufmann ,2003)

Alle ansatte i en organisasjon er med på å påvirke arbeidsmiljøet. Fra den øverste ledelsen, til de som jobber lengst nede i systemet. Hvordan alle behandler hverandre, uansett hvor en befinner seg i systemet har stor betydning. Er dine medarbeidere alltid positive, engasjerte og vennlige er sjansen for at en trives på jobb veldig stor. (Kaufmann & Kaufmann ,2003)

3. Metode

I dette kapittelet vil vi fortelle hvordan prosessen utviklet seg, hvilke data vi samlet inn, og hvordan dette ble gjort. Vi vil videre fremstille framgangsmetoden vår.

”Å bruke en metode, av det greske *methodos*, betyr å følge en bestemt vei mot et mål.”
(Johannessen et al., 2011, side 33)

Vi startet med en idestorm (vedlegg 1) rundt problemstillingen for selv å bli bedre kjent med hva e-postkommunikasjon er. Vi vurderte å bruke en kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode, i form av dybdeintervju og spørreundersøkelse. De to første intervjuene ble gjennomført med tanke på å få et godt grunnlag til å utforme spørsmålene til undersøkelsen, samtidig som vi håpet på å få enda bedre innsikt i temaet. Dybdeintervjuene gav oss et godt materiale å arbeide videre med, likevel måtte vi innse at vi ville få vanskeligheter med å vite hvordan vi skulle bygge opp spørreundersøkelsen for å få til de korrekte formuleringene. Selv med gode spørsmål ville vi kun få korte konsise svar. Vi ble enige om at vi trengte å gå mer inn i dybden enn i bredden, fordi vi ønsket en dypere innsikt i vår problemstilling.

Veileder anbefalte oss å velge bort spørreundersøkelsen på grunnlag av mangel på erfaring til å utføre denne type datainnsamling. Han støttet oss i at vi med vår kompetanse, arbeidserfaring og gitt den tid vi hadde til rådighet, heller burde se nærmere på de erfaringer og holdninger som finnes i problemstillingen.

Veiledningen førte frem til at vi bestemte oss for at bruk av fokusgrupper var veien videre.

3.1 Kvalitativ metode

Kvalitativ metode er en forskningsmetode med fokus på å kjenne igjen og kartlegge hvilke mening selve opplevelsen har for det enkelte individ. Datainnsamlingen benyttes for å kartlegge sosiale samspill for bedre å forstå det fenomenet som det forskes på. Metoden som brukes analyserer og systematiserer menneskets atferd, og får innblikk i hvordan menneskene selv opplever det. Analyseteknikken som brukes er uformell. Kvalitative forskningsmetoder er vel anvendt på områder det er forsket lite på. Dybdeintervju og fokusgrupper benyttes ved kvalitativ metode. Gjennom kvalitativ forskningsmetode får forskerne nærere innblikk i hvert enkelt individ sin opplevelse og oppfatning av fenomenet forskningen har fokus på.

(Johannessen et al., 2011, side 35 - 37)

3.2 Kvantitativ metode

Kvantitativ metode er en nøyaktig forskningsmetode som måler alt som kan telles og er målbart. Her benyttes variabler som har observerbare kjennetegn som for eksempel kjønn, alder, klassetrinn etc. Dataene innhentes og blir registrert. Fenomenet som blir studert har variabler som holder seg stabile over tid, noe som gjør at andre forskere kan etterprøve fenomenet for å se utviklingen. Spørreundersøkelser er et redskap for den kvantitative metode som fremvises i form av statistikk. (Johannessen et al., 3 utgave 2011, side 35-37)

I startfasen av forskningsprosjektet gikk vi noen runder med problemstillingen før denne begynte å ta form, og vi bestemte oss for å se på hvilke måte kan e-postkommunikasjon påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet. I denne første fasen av forskningsprosjektet valgte vi kvantitativ metode med intervju og spørreundersøkelse som den metoden vi ville benytte i forskningen. (Johannessen et al., 2011)

3.3.3 Fordeler og ulemper ved valgt metode

Fordelen ved kvalitativ tilnærming er at de få intervjuobjektene som utvelges til dybdeintervju vil kunne ha gode muligheter til å utdype sine egne meninger rundt fenomenet. Den som intervjuer og blir intervjuet vil kunne følge opp underveis med oppfølgingsspørsmål. Kvalitativ forskningsmetode gir forskerne en dypere innsikt i fenomenet det forskes på. Innsikten baseres på enkeltindividet eget ordvalg og hvilke perspektiv dette mennesket vektlegger. Ulempene ved bruk av denne metoden, er at den er tidkrevende. Det er tidkrevende og lage gode spørsmål og gjennomgang av datamaterialet i ettertid. Det er vanskelig å generalisere resultatet, da utvalget ikke er stort nok og blir utført over en kort periode sett i forskningssammenheng. (Johannessen et al., 2011)

4.0 Datainnsamling

4.1 Intervjuprosessen

Vi henvendte oss til hver vår arbeidsgiver og informerte om bacheloroppgaven som vi skulle sette i gang med. I etterkant av disse samtalene sendte vi en formell forespørsel (vedlegg 2) til politiet i Haugesund og Tysvær kommune. Forespørselen gikk ut på om vi kunne få benytte disse organisasjonene til vår datainnsamling. Etter kort tid fikk vi tilbakemelding om at de stilte seg positive til oppgaven, og at de gjerne ville at vi skulle bruke dem i denne prosessen. Vi fikk tildelt kontaktpersoner i hver organisasjon.

4.1.1 Utvalg

De utvalgte til de første dybdeintervjuene var to mellomledere ved de to organisasjonene. Disse to valgte vi selv ut, opprettet kontakt med og avtalte tidspunkt for dybdeintervju. Noen dager i forkant av intervjuet sendte vi dem en e-post med informasjon om hva intervjuet kom til å dreie seg om. I denne e-posten (vedlegg 3) ba vi dem tenke igjennom om e-post er et nyttig verktøy for dem, og hvilke reaksjoner e-postkommunikasjon kan ha skapt for dem i positiv eller negativ forstand. De fikk også noen spørsmål om hva som var god e-postkommunikasjon for dem, og de ble bedt om å tenke igjennom noen eksempler på dette som de kunne ta med seg på intervjuet.

Vårt utgangspunkt på dette stadiet var at vi skulle samle inn mest mulig generell informasjon om e-postkommunikasjon med tanke for videre datainnsamling og til slutt komme frem til noen "kjøreregler" for bruk av e-postkommunikasjon til presentasjon i bacheloroppgaven.

Da vi begynte å jobbe frem spørsmålene til intervjuene, hadde vi kommunikasjonsmodellen i tankene. Vi laget oss en intervjuguide (vedlegg 4) med seks spørsmål om utfordringene i e-postkommunikasjon på jobben. Dette var spørsmål som vi selv mente ville gi oss svar på de fleste aspektene ved bruk av e-postkommunikasjon. Vi var fullt klar over at spørsmålene våre ville favne et stort område. Intervjuguiden ble diskutert med veileder og revidert på nytt før første intervjurunde tok til. Vi valgte å spørre så åpne spørsmål som mulig, fordi vi håpet på at det skulle dukke opp temaer og spørsmål vi selv ikke hadde tenkt på.

Fordelen med å utføre et åpent intervju er fleksibiliteten mellom intervjuobjekt og intervjuer. Åpne intervjuer gir større rom for å stille oppklaringsspørsmål og følge eventuelle nye retninger som dukker opp underveis i samtalen. I tillegg til samtalen kan intervjuer fange opp stemningen og de non-verbale signalene. Dette er nyttig informasjon for å forstå helheten i intervjuet. Metoden fanger opp mye informasjon. Ulempen er at det er tidkrevende å utføre åpne intervjuer. Det er også vanskelig å direkte sammenlikne datamaterialet fra intervjuene, da disse er åpent utført og derved veldig individuelle. Det begrenset seg også til hvor mange som kunne bli intervjuet, på grunn av vår egen kapasitet. Dette medførte at vi fikk mye dybdematerialet fra to personer, men lite om bredden i temaet.

4.1.2 Gjennomføring

Dybdeintervjuene ble gjennomført som ustrukturerte intervju. Det vil si at intervjuene ble utført åpent med en uformell tone, hvor vi pratet rundt temaet e-postkommunikasjon for å få mest mulig innblikk i informantenes tanker rundt temaets kjerne.

Vi hadde på forhånd bestemt oss for hvem som skulle stille informantene spørsmål og hvem som skulle notere. Det ble helt naturlig at Fredrik intervjuet informanten fra politiet i Haugesund og Tove intervjuet informanten fra Tysvær kommune. Årsaken til dette valget var at vi kjente disse personene veldig godt, noe vi mente ville lette på selve intervjusituasjonen. Vi hadde også avtalt på forhånd at den som noterte kunne komme med oppfølgingsspørsmål der dette ville falle seg naturlig. Intervjuene ble avholdt på informantenes egne arbeidsplasser. Informanten fra politiet i Haugesund ønsket selv at intervjuet skulle avholdes på hans kontor på politistasjonen. Intervjuet av informant fra Tysvær kommune ble utført på et eget konferanserom på rådhuset i Tysvær.

Ved oppstart til hvert intervju tok vi en avklaringsrunde med informantene i forhold til opptak på lydbånd, taushetsplikt og gjennomføringen av selve intervjuet. Vi presiserte at vi ønsket åpne og ærlige svar. De ble fortalt at lydopptaket ville kun bli benyttet av oss i oppgaveprosessen, for å unngå at viktig informasjon gikk tapt. Lydfilene ville kun bli gjennomgått av oss, og slettet etter innlevert oppave. Det ble vektlagt at all den informasjonen de kom med, ikke kunne spores tilbake til dem i vår oppgave.

Begge informantene stilte seg positive til lydopptak og hadde ingen problemer med å fortelle om egne opplevelser eller erfaringer ved e-postkommunikasjon. Begge informantene ble informert om at deres respektive arbeidsgivere var positive til deres deltakelse til prosjektet. Selve intervjuene ble gjennomført på ca. en time.

Informantene fikk prate mest mulig fritt rundt temaet, uten at vi avbrøt dem. Det ble også gitt rom for noen ”stille sekunder”, slik at informantene fikk tenke seg ekstra om rundt det temaet de var inne på. Dette ble for eksempel gjort med en av informantene under spørsmål 3: Hvilke type e-postkommunikasjonsform forventer du fra: din overordnede? Denne pausen medførte at vi fikk vite at han selv leste gjennom utformingen av sin e-post sin opptil flere ganger, før han sendte denne fra seg oppover i systemet. Selv fokuserte vi på kun å ta ordet hvis vi trengte å få oppklaring i informantens utsagn, spørre oppfølgingsspørsmål eller informanten sporet samtalen helt utenom tema. På denne måten fikk vi mye relevant informasjon ifra begge informantene.

Informant 01

Det første intervjuet utførte vi 22 november 2013 klokken 13:00 på politistasjonen i Haugesund. Intervjuet ble avholdt på informantens sitt kontor.

Informanten presiserte at som mellomleder vil han ha kontakt med flere ledd enn en leder eller en ansatt. Informanten sier han bruker gjennomsnittlig to timer hver dag på å motta, lese, behandle og sende e-post. Han synes e-post er en god måte å kommunisere på, spesielt når det gjelder saker som kan vente. Han ser ikke på e-post som en del av sitt arbeid. Dette kommer i tillegg til hans daglige arbeid, men det må gjøres. Informanten definerer en god e-post til å inneholde all informasjon som skal til for å utføre saksbehandling av e-posten. En dårlig e-post derimot defineres som mangelfull, hvor vesentlig informasjon uteblir. Informasjon som han vet at avsender vet han må ha for å kunne saksbehandle e-posten.

Informanten sine forventninger til e-postens utforming er at det klart går frem hvilke mandat han har, og hva han skal utføre. I utgangspunktet behandler informanten alle e-poster av samme art på lik linje uansett utforming, ordlyd eller mangler. Dersom han selv skal sende noe oppover i organisasjonen til politimesternivå, da kan det godt hende at han leser igjennom sin utforming to og tre ganger før han sender e-posten avgårde. Trengs det derimot et umiddelbart svar, benytter heller informanten telefon eller kommuniserer med mottaker ansikt til ansikt. På spørsmål om hvordan han mener e-post i arbeidslivet bør eller bør ikke være, synes informanten at det er vanskelig å se andre like gode og effektive måter å kommunisere på.

Informant 02

Det andre intervjuet utførte vi 29 november 2013 klokken 12:30 på rådhuset i Tysvær kommune. Intervjuet ble avholdt på et eget konferanserom.

Informanten presiserte at e-post er et veldig nyttig kommunikasjonsmiddel som hun ikke kunne tenke seg en hverdag uten. Hun bruker gjennomsnittlig en til to timer hver dag på å motta, lese, behandle og sende e-post. Informanten mener at en får masse viktig informasjon og god kommunikasjon med andre via e-post. Hun sier selv at hun bruker altfor liten tid på e-posten sin. Restanselisten hennes viser dette med 120 uleste viktige restanser. Informanten har mange meninger rundt ulike typer e-post. Hvordan disse utformes, behandles og mottas av avsender og mottaker. Hvilke referanser avsender og mottaker har til budskapet, og om dette vil "fargelegge" e-postens saksbehandling. Hun fremlegger at hun ikke tror at alle forstår kommunikasjonsformen, eller hvilken påvirkningskraft denne kan ha på mottaker. Informanten påpeker i tillegg at altfor mange glemmer ut at e-post er et formelt offisielt dokument. Hun stiller spørsmålsteget på om det er forskjell på formell arbeids e-post som sendes internt kontra eksternt? Hennes mening er klar på at all e-postkommunikasjon på arbeidsplassen skulle utformes formelt. Dessverre gjennomfører hun ikke dette selv til enhver tid.

I følge informanten bør en god e-post inneholde informasjon, være saklig, relevant og inneholde en viss positivitet. Oppbyggende positive e-poster gjør at en får lyst til å saksbehandle e-posten. Hun forventer informasjon når sjefen sender e-post.

En dårlig e-post derimot kan påvirke hvordan mottaker behandler budskapet. Informanten tar opp eksempler som store bokstaver, utropstegn, ufullstendige setninger, assosiasjons e-post, altfor mye tekst eller altfor lite tekst. Informanten lar seg påvirke av relasjon til avsender, budskapets innhold og presentasjonen av utformingen. Likevel prøver informanten saklig å svare på e-postene uavhengig av hennes assosiasjon til budskap eller mottaker.

Som mellomleder forsøker informanten å unngå negative tilbakemeldinger på e-post.

Informanten foretrekker selv å få denne type tilbakemeldinger pr telefon eventuelt ansikt til ansikt. På spørsmål om hvordan informanten mener e-post i arbeidslivet skal være, synes informanten at jobberelatert e-post bør brukes til det som det er tiltenkt – et offentlig dokument.

4.1.3 Bearbeiding

Rett i etterkant av hvert intervju satte vi oss ned og hadde en rask gjennomgang av hvordan intervjuet ble utført, hva som var bra og eventuelt hva som kunne vært utført bedre. Vi fokuserte på hvilke tema som hadde vært mest fremtredende i intervjuene. Vi skrev en oppsummering fra hvert intervju og diskuterte måtene intervjuene ble gjennomført på. Det var enighet i at intervjuene ble utført med forskjellig fremtoning. Intervjuets moderator på politihuset var mer avventende, mens moderator på rådhuset i Tysvær var mer pågående og spørrende. Begge teknikkene gav resultater. Vi noterte oss disse forskjellene og tok denne erfaringen med oss videre i prosjektet. Intervjuprosessen gav oss et godt grunnlag å jobbe videre med. På bakgrunn av disse to intervjuene fant vi ut at den ene informanten vektla utformingen, mens den andre var mer opptatt innholdet. Vi vurderte hvordan vi best kunne bruke denne informasjonen videre, og valget falt på å lage en ny og mer utfyllende intervjuguide (vedlegg 6), som vi skulle bruke på planlagte fokusgrupper. Ideen med fokusgrupper var å innhente enda mer utfyllende empiri basert på deltakernes egne erfaringer.

Målet med fokusgruppene var å få et innblikk i hvordan deltakerne oppfattet tema, deres refleksjoner rundt hvilke erfaringer de ønsket å dele med oss. Vi ville se på likhetstrekk og forskjeller som kunne være med på å gi oss økt forståelse for hvordan deltakerne samhandler med hverandre på e-post. Vi var oppmerksom på at deltakelsen skulle være frivillig og at fokusgruppens mål ved fokusgruppene var selve datainnsamlingen. Det ble laget en kjøreplan

(vedlegg 5) med fokusgruppens invitasjon, målsetting, gruppestørrelse, tidsbruk, materiell bruk og krav til rom. Intervjuguiden vi utarbeidet var laget for å bruke i fokusgruppene som var oppdelt i fem faser: 1) Presentasjon av deltakerne 2) Presentasjon av tema 3) Overføringsspørsmål om erfaring og bruk 4) Nøkkelspørsmål direkte mot temaets kjerne 5) Avslutning.

4.2 Bruk av fokusgrupper

Vi startet fokusgruppeprosessen med å konkretisere hvordan vi skulle presentere prosjektet for politiet i Haugesund og Tysvær kommune. En PowerPoint presentasjon (vedlegg 7) ble utarbeidet for å gi organisasjonene innsikt i prosjektets innhold, og for å rekruttere deltakere til fokusgruppene. Fokusgruppedeltakerne ble rekruttert ulikt i organisasjonene. 15-16 januar 2014 dro Fredrik av gårde på politiets organisasjonsutviklingssamling i Suldal, hvor han fikk tildelt tid til å presentere prosjektet for alle deltakerne som var tilstede. Responsen på presentasjonen var positiv, flere frivillige viste sin interesse og ønsket å være med i fokusgruppene.

Prosjektet ble på et tidlig tidspunkt presentert for personalsjefen i Tysvær kommune. Da prosjektets retning ble endret ble det avtalt et nytt møte for å få tillatelse til å invitere deltakere til fokusgruppene. Personalsjefen i Tysvær kommune ga klarsignal til at 12 personer kunne benyttes to timer hver, fordelt på to fokusgrupper. Forutsetningen var at avdelingslederne ved de ulike resultatområdene selv valgte å sende av gårde sine informanter.

4.2.1 Utvalg

For å rekruttere til deltakelse i fokusgruppe utformet vi en invitasjon (vedlegg 8) som ble formidlet til de ulike avdelingslederne i Tysvær kommune. Invitasjonen forklarte kort om fokusgruppens opprinnelse, hensikt, dato, sted og klokkeslett. E-postmottakerne fikk en ukes frist til å svare. Den enkelte deltaker ble i tillegg kontaktet uformelt, for å skape interesse for å delta i fokusgruppene. Responsen var positiv. Hver enkelt avdelingsleder meldte tilbake i god tid om hvilke informanter som de ønsket skulle delta for å representere deres avdeling. Vi merket stor interesse og nysgjerrighet rundt valgt tema, og ble i tillegg til avdelingene kontaktet av enkeltpersoner i organisasjonen som ønsket å være deltakende. Resultatet ble 11 personer fra 6 ulike avdelinger.

Med klarsignal fra avdelingslederne sendte vi ut en formell invitasjon (vedlegg 9) til hver enkelt deltaker. Invitasjonen ønsket deltakerne velkommen til fokusgruppe med melding om hvilke dato, lokasjon og hvilket klokkeslett de skulle møte. Problemstillingen ble presentert

enkelt og tydelig, i tillegg til en kort presentasjon av hvem som skulle lede fokusgruppen. Deltakerne ble bedt om å tenke igjennom hvilke påvirkning e-postkommunikasjon kan ha på egen arbeidsdag og de ble oppfordret til å ta med seg eksempler som på en eller annen måte hadde påvirket dem og deres arbeidsdag. Invitasjonen inneholdt informasjon om at datainnsamlingen ville bli ivaretatt konfidensielt og deltakerne ville bli anonymisert. Videre informerte vi om at vi ønsket å ta fokusgruppemøtet opp på lydbånd for lettere å kunne analysere og systematisere datainnsamlingen i ettertid. Vi poengterte at lydopptaket ville bli makulert i etterkant av databehandlingen. Fokusgruppedeltakerne bekreftet via e-post sin deltakelse. En av de inviterte trakk seg etter mottatt invitasjon. Resten av deltakerne takket frivillig ja til å være med på datainnsamlingen.

4.2.2 Gjennomføring

”Kvale og Brinkmann legger vekt på at det kvalitative intervjuet har til hensikt å få fram beskrivelser av informantens hverdagsverden for å kunne tolke betydningen av de fenomenene som beskrives” (Johannessen et al., 3 utgave 2011, side 144)

Vi gjennomførte semistrukturerte gruppeintervjuer i fokus. Vi benyttet egne konferanserom for å skjerme deltakerne fra avbrytelser underveis. Fokusgruppedeltakerne kunne forsyne seg med nykokt kaffe, twist og kaldt vann. Rammen rundt fokusgruppeintervjuene var viktig for å få en god atmosfære mellom informantene og moderator. Vi bestemte på forhånd at moderator for fokusgruppene i Tysvær kommune skulle være Tove, og moderator for fokusgruppene i politiet i Haugesund skulle være Fredrik. Moderator ledet informantene i fokusgruppen til å få i gang en diskusjon rundt et valgt tema. Fokusgruppedeltakernes interaksjon med hverandre ble observert av moderator som hele tiden fokuserte på å fange opp deres bredde av motivasjon, holdninger, reaksjoner og erfaringer. Moderator brukte aktiv lytting sammen med intervjuguiden til å lede fokusgruppedeltakerne enda lenger inn i temaet som ble diskutert. Dette ble gjort ved bruk av oppfølgingsspørsmål, oppramsing, avklaringer og informantene ble bedt om å komme med eksempler på sine påstander. Disse eksemplene førte til en dypere forståelse og rom for enda mer diskusjon.

Fokusgruppe 1

Den første fokusgruppen ble utført mandag 17 februar 2014 kl. 09:00 – 11:00 i Tysvær kommune. Før møtet trakk en deltaker seg og to meldte seg syke samme dag. En deltaker kom til unnsetning og var med på sparket.

Denne fokusgruppen hadde en lett og ledig tone, til tross for at alle hadde sterke meninger om de tema som kom frem underveis i diskusjonen. ”Den skriftlige kommunikasjonen har erstatta mye av den muntlige (...)” nevnte en av informantene. Det var enighet i gruppen om at den muntlige kommunikasjonen mellom kollegaer avtar på grunn av e-postkommunikasjon, en påpeker at ”Det er enklere bare å sende e-post enn å ringe bort.” Likevel mener deltakerne at e-post er en trygg måte å kommunisere på, fordi en får dokumentert e-posten. En av informantene understreker dette når han sier: ”Du kan se når tid du har sendt den, klokkeslett og hvis det blir diskusjon om hva du har sendt så har du det skriftlig.”

Fokusdeltakerne reflekterte rundt e-postens innhold, utforming, avslutning, bruk av kopi til andre mottakere og e-postens grenseskille mellom jobb og privat. Moderator lyttet aktiv til samspillet og stilte bekreftende spørsmål underveis for å avklare forståelsen for informantenes utsagn.

Moderator hentet til tider samtalen inn på rett spor igjen og spurte på et tidspunkt om en informant hadde eksempler å vise til i forhold til et bestemt e-postforløp. Informanten var tydelig på at det kunne han ikke fordi disse i så tilfelle måtte ”vaskes” grundig. Informanten forteller at noen mennesker bruker alt for mange ord og utleverer seg selv vel mye i e-postkommunikasjonen sin. Dette fordi de ønsker å bli fremstilt som intellektuelle. ”De e-postene er mest interessante” sier informanten, og begrunner dette med at han blir forundret over hva avsender egentlig prøver å fortelle. Informanten er redd for at e-postene kan spores tilbake til avsender, og ville dermed ikke gi oss et direkte eksempel på dette. Moderator viste forståelse for dette og aksepterte informantens svar.

Det var ulike tanker i gruppen rundt det å benytte jobb e-post på fritiden. Noen av informantene mente det var en stor fordel, mens andre informanter ikke ville være tilgjengelige på sin fritid. Det var enighet om at dette er et valg hver enkelt selv må ta. Informantene var inne på det at burde vært en strategi for å benytte en hyggeligere tone i e-posten for å få en god virkning på det psykososiale arbeidsmiljøet. Det burde være bestemt egne kjøreregler med høflig tone, gjerne med egen standard overskrift og avslutning. Respektere hverandre på e-post.

Fokusgruppe 2

Den andre fokusgruppen ble utført onsdag 19 februar 2014 kl. 09:00 – 11:00 i Tysvær kommune. Deltakerne i dagens fokusgruppe virket litt mer reserverte. Deltakerne pratet i tur og orden og lyttet til hverandre. Den store diskusjonen uteble, noe som gjorde at moderator

følte det var en tyngre jobb å lede fokusgruppen med seks deltakere. Moderator hentet inn deltakerne med å stille oppfølgingsspørsmål for å få dem aktivt med i diskusjonen.

I etterkant av datainnsamlingen kunne vi se at datafunnene var mer spennende enn først antatt. Flere av informantene mente at e-post er en lett og kjapp måte å kommunisere på. Du får e-posten dokumentert for ettertiden. Likevel kommer det frem at de synes enkelte ting burde vært løst ved å ta en telefon i stedet for å sende en e-post. Dette for å unngå misforståelser som kan oppstå via e-post ved utelatt informasjon eventuelt forstyrrelser som kan oppstå mellom linjene. Informantene mener at mottaker leser tonefallet i e-posten, men at de ikke kan vite om dette er ment på den måten som det oppfattes.

En av informantene sier ”Det kan jo absolutt være en stressfaktor å få e-poster med forventninger i (...)”, videre forklarer han dette med at vi alle har vårt fokusområde og våre egne forventninger. Vi må respektere hverandre og tenke over hvordan vi fører e-posten vår, for ”Hvordan vi skriver, det påvirker (...)” understreker informanten.

En annen informant stiller seg undrende til hvor ulikt e-postkommunikasjon benyttes, og hvorfor noen svar alltid uteblir til tross for god relasjon til den en sender til. Informanten kommenterer at det ikke finnes noe fasitsvar på balansen mellom når en sender e-post og når en banker på døra. Flere informanter mener det er den mellommenneskelige relasjonen som skaper betydningen for hvordan e-posten tolkes. Dersom mottaker har en god relasjon til avsender vil det være mindre behov for å tolke innholdet, og derved vil kommunikasjonen vesentlig lettes.

Formuleringen av e-post utarter seg forskjellig internt og eksternt ifølge en av informantene. Hun mener vi bør være mer formelle i eksternt kommunikasjon enn i intern. En av informantene sier at det kan være lurt å speile e-postens innhold. Med dette mente han det var viktig å lese gjennom det som var skrevet, og gjøre seg noen tanker om hvordan han selv ville ha reagert om han fikk en slik e-post.

Det er ulike tanker rundt det å ha jobb e-post på fritiden. En av informantene sier at for å unngå forventningspress på at jobberelaterte e-poster skal utføres på kveldstid, så har de i sin avdeling diskutert muligheten for å legge disse e-postene klar for sending om morgenen. Informantene reflekterte rundt tanken å ha generell skikk og bruk på e-post i kommunen, og ha det som eget tema på personalmøter for å bevisstgjøre alle på hvordan e-postkommunikasjon påvirker på det psykososiale arbeidsmiljøet. Moderator fikk tilbakemelding fra deltakerne om god rolig ledelse.

Fokusgruppe 3

Den tredje fokusgruppen ble utført mandag 24 februar 2014 kl. 08:30 – 10:30 hos Politiet i Haugesund. Deltakerne i denne gruppen var alle raskt på banen med sine erfaringer og deltok i diskusjonen.

Et par av informantene var meget reflektert på egen bruk av e-post og påvirkningen av denne. En av informantene kommenterte at e-post er ”...et kjempebra arbeidsverktøy (...)”, en av informantene bekrefter dette og en annen supplerer med at e-post er en god kommunikasjonsform. De øvrige informantene sier seg enige. Informantene diskuterer tidsbruken av e-post og streifer innom at flere har jobb e-post på fritiden. Et par av informantene er klare på at de ikke ville ha denne tilgangen, de mener det er et eget valg hver enkelt foretar og at dette går ut på et eget ønske om å være oppdatert. Det forventes ikke fra arbeidsgiver, i så tilfelle må dette være på ledernivå.

En av informantene ser på e-postkommunikasjon som ”...et sosialt samspill (...)”. Han liker å være oppdatert på det som skjer, og mener det er psykososialt å føle seg inkludert. Under diskusjon om positive e-poster eller e-poster med konkrete tilbakemeldinger sier en av informantene at ”Det er veldig lite krevende for den som skriver e-posten, men det kan bety utrolig mye for den som får tilbakemeldingen. Kan jo bare være en setning. Da føler man at man blir lagt merke til.” På den motsatte side er terskelen for å være uhøflig på e-post lavere i forhold til setningene som blir brukt og måten en sier ting på ifølge en av informantene. En av de andre informantene mener at hensikten med e-posten kan fort bli oppfattet feil. ”Det er vanskelig å skrive setninger med et glimt i øyet på e-post” kommenterte en av informantene. Han mener vi oppfører oss forskjellig alt etter hvilke rolle vi spiller og hvilke situasjon vi er i. Slik er det også på e-post. Person og relasjon er vel så viktig som hierarki poengterer en av informantene. ”Det er mye bedre å være dus og ikke dis, fordi dis skaper avstand” understreker informanten.

Informantene mener e-post er en fin måte å gi tilbakemelding på, og at humøret vårt pluss dagsformen vår spiller en rolle. Hvilke skriveteknikk som benyttes har alt å si for utfallet i e-posten. Eksempelvis så må en være spørrende i stedet for anklagende. Moderator fikk tilbakemelding på god bruk av åpne spørsmål.

Fokusgruppe 4

Den fjerde fokusgruppen ble utført onsdag 26 februar 2014 kl. 08:30 – 10:30 hos Politiet i Haugesund. Deltakerne i denne fokusgruppen hadde en god gruppedynamikk hvor de reflekterte bredt rundt temaet e-postkommunikasjon.

En av informantenes umiddelbare svar på sin første spontane tanke om e-postkommunikasjon var at e-post er en ”tidstyv”. Dette begrunnet han med at det kan være vanskelig å sortere ut hvilke informasjon som er rett for ham. En annen informant tenker at e-postkommunikasjon er informasjon. ”Informasjon kan det ikke bli for mye av (...)” sier informanten, videre forklarer han dette med at ”det handler om at avsender og mottaker er på samme bølgelengde.” Den første informanten sier seg enig, men supplerer med at det på felles e-post veldig ofte kan være vanskelig å vite hvem som skal gjøre noe og hva en ønsker skal bli gjort. E-post kan være upresis måte å kommunisere på fordi det ikke kommer klart frem hvem som skal utføre en oppgave, noe som kan føre til at flere jobber med det samme. Dette er tidstyven. ”Should know and need to know” er en god måte å sile e-posten etter mener en av informantene. Videre kommenterer han at ”Det er veldig lettvinnt å bruke e-post”, men at en ikke alltid tenker igjennom konsekvensene av å bruke denne kommunikasjonsformen.

En av informantene poengterer at e-post er dokumentasjon som kan brukes ved senere anledninger, derfor er det viktig å være syl skarp på innhold og hvem som er mottaker. Samme informant mener at positive tilbakemeldinger på e-post er som en liten oppkvikker i hverdagen. Det er opp til oss selv å tørre og sende ut positive e-poster. ”E-post fungerer fint både til ris og ros, men dette må være presist. Det må være litt gjennomtenkt det du skriver” bekrefter en av de andre informantene. Deltakerne diskuterer e-postens innhold, tonefall, emoticon, tolkning, oppfatning, psykososialt arbeidsmiljø og tilgjengelighet.

En informant forteller at han har hørt at arbeidsministeren i Tyskland har lagt ned forbud mot arbeid på e-post mellom kl 23:00 til 06:00. Deltakerne reflekterte rundt grenseskillet mellom jobb og privat. Det var delte meninger rundt dette tema: en av informantene kunne ikke tenke seg å være tilgjengelig for arbeidsgiver på fritiden, mens en annen ønsket å holde seg oppdatert til en hver tid. En av informantene tror ikke at det er bevisst fra arbeidsgivers side at arbeidstaker skal sjekke e-post på fritiden sin, han tror at vi selv er «vår verste fiende» og har et selvpålagt indre behov. Moderator brukte en lyttende teknikk for å få deltakerne til å reflektere fullt ut rundt valgt tema. Moderator ledet deltakerne tilbake til diskusjonen når dette trengtes.

4.2.3 Bearbeiding

Rett etter hver datainnsamling foretok vi en oppsummering fra dagens fokusgruppe. Her noterte vi oss tanker om utformningen, hvilke tema deltakerne fokuserte på og hvordan gjennomføringen var utført. I etterkant av dette skrev vi referat fra fokusgruppen og renskrev notatene (vedlegg 10) deltakerne selv hadde skrevet. Lydmaterialet bearbeidet vi hver for oss ved at vi skrev transkript fra fokusgruppene. Dette var et tidkrevende arbeid som vi utførte, etterfulgt av koding av hvert enkelt transkript. For å trekke ut det mest relevante noterte vi oss fokusgruppens tema og skrev ned de sitatene som var interessante.

5. Dataanalyse

Vi benyttet en fenomenologisk analyse hvor målet vårt var å belyse informantenes erfaringer rundt e-postkommunikasjon og hvordan dette kunne påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet. En fenomenologisk analyse går ut på å analysere og tolke de meningene som informantene deler i en sortert rekkefølge. I første fase ser vi på intervjuenes helhetsinntrykk og lager et transkript for å få en fullstendig oversikt over hendelsesforløpet. Ut ifra transkriptet noterte vi oss de grunnleggende hovedtrekkene som skilte seg ut i fokusgruppeintervjuet. I andre fase kodet vi hele transkriptet for å dele opp innholdet og trekke ut de mest sentrale punktene i forhold til problemstillingen. Kodingen ble benyttet for å gjøre datamengden mer håndterlig med fokus på de sentrale temaene i fokusintervjuet. I den tredje fasen fokuserte vi på å finne de temaene som vi ville analysere vår empiriske data etter. (Johannessen et al., 3 utgave 2011, side 195)

5.1 E-postkommunikasjon

De valgte temaene var e-postkommunikasjonens fordeler, ulemper, innhold, relasjon mellom avsender og mottaker, innledning, utforming og avslutning. Grenseskillet mellom jobb og privat. Hvordan tilsikta og utilsikta e-postkommunikasjons antatte påvirkning og effekt vil ha på e-postbrukerne, og hvilke gevinst eventuelle utfordringer e-postkommunikasjon kan føre til for arbeidstaker og arbeidsgiver.

5.1.1 Fordeler

En fordel er å dra nytte av noe, se de fortrinn en får ved å benytte seg av akkurat dette godet. I forbindelse med e-postkommunikasjon kommer det frem i fokusgruppeintervjuene at flere av informantene ser nytten av å bruke dette arbeidsverktøyet. En av informantene beskrev fordelene med e-post i dette sitatet:

”...du utvider arbeidstiden. Du er ikke avhengig av å treffe folk i arbeidstiden mellom kl åtte og fire. Du kan sende den av gårde akkurat når det passer deg selv, og de kan gripe fatt i den e-posten akkurat når det passer dem, eller de har ledig kapasitet. Så på en måte kan det være utrolig effektiviserende verktøy, samtidig så ser jeg at det er lettere (...) terskelen for å sende e-post er lavere enn å plukke opp telefonen og ringe”.

Flere av informantene nevner at fordelene med e-postkommunikasjon er at dette er en enkel og god kommunikasjonsform for kjapt å få delt informasjon mellom ulike parter. Med denne kommunikasjonskanalen kan en enkelt få gitt beskjed til flere samtidig og få dokumentert e-postens innhold for ettertiden. Informantene er enige om at en av fordelene er at en kan ta tak i og svare på innkommende e-post når en selv vil og har kapasitet.

En av informantene nevner at det er bedre med for mye enn for lite informasjon. En annen informant er av samme oppfatning og sier at han synes det er ekstremt interessant å følge med på informasjon om det som skjer både lokalt og sentralt. Denne informanten forteller at han ser på e-postkommunikasjonen lokalt som et sosialt samspill og en fordel. Han sier at det er jo greit å få vite hva som skjer, og at han ville følt seg utenfor hvis han ikke hadde mottatt denne informasjonen.

”Jeg føler det er en ganske trygg måte og kommuniserer på” sier en av informantene og forklarer dette med at en kan se innholdet i e-posten, klokkeslettet når denne ble sendt og det at en har det skriftlig dokumentert dersom det skulle oppstå en diskusjon. E-posten blir et alternativ til brev. Det som tidligere ble sendt av gårde i et brev blir nå sendt av gårde i en e-post nevner informanten. Informanten kommenterer at en dokumenterer og gir raskere beskjeder på denne måten.

En av de andre informantene påpeker fordelene ved e-post at en ikke trenger være tilstede for å kommunisere med arbeidskollegaer. ”Når en jobber turnus er det ikke alltid ledelsen er på jobb, og da er det veldig greit å rette forespørsler via e-post som de kan svare på når de kommer på jobb. Enkel måte å kommunisere med selv den nærmeste ledelsen. Praktisk”.

En av informantene påpeker at det er en fordel å få positive tilbakemeldinger som en liten oppkvikker i hverdagen. Dette å få tilbakemeldinger om at en behersker jobben og få gode tilbakemeldinger. Her er det opp til oss selv å tørre å bruke å sende slike e-poster.

Informantene ser både fordeler og ulemper ved e-postkommunikasjon og sier at de ikke ville vært foruten denne kommunikasjonskanalen. Informantene er enige om at e-postkommunikasjon er kommet for å bli.

5.1.2 Ulemper

Selv om informantene syntes det var mange fordeler med e-post og at den var kommet for å bli, var det likevel flere uheldige sider ved bruk av e-post som kommunikasjonsform.

Det første en av informantene tenkte på når han fikk høre ordet e-post, var ”tidstyv”. Med dette mente han at e-post kan være en ”upresis” måte å kommunisere på. Han dro frem et eksempel hvor flere hadde fått den samme e-posten, som igjen hadde medført at flere gjorde den samme arbeidsoppgaven. Dette ble gjort fordi e-posten manglet nok informasjon, til at mottakerne forstod hvem som skulle gjøre hva.

Det ble også diskutert hvor vanskelig det kunne være å skrive en god e-post, slik at denne ikke ble misoppfattet og feiltolket. Det skrevne ord er mye vanskeligere å tolke, enn det som blir fortalt. Dette fordi en går glipp av ansiktsuttrykk, tonefall og toneleie. Ved negative tilbakemeldinger burde en være spesielt oppmerksom på dette. Slike tilbakemeldinger kan være utfordrende i seg selv, men informantene mente at dette ville være enda vanskeligere på e-post.

En annen av informantene mente det var lettere å være uhøflig på e-post. Terskelen for de ordene en bruker når en skriver, er lavere enn måten en sier ting direkte til en person. Han dro frem kommentarfeltene i VG, som et eksempel på dette. En annen uttrykte at e-post kunne fremstå for noen, som en kilde til frustrasjon. En e-post som kan fremstå som ”noe sur”, kan fort få negative følger. Først for den som er mottaker av e-posten, men også for dem som jobber med vedkommende ved at e-posten blir diskutert. Det kan også få konsekvenser for avsender, ved at flere får negative holdninger til den det gjelder. Slike e-poster kan fort «balle» litt på seg.

Flere av informantene mente også at bruken av e-post, var blitt en litt for lettvinnt måte å kommunisere på. En av informantene lurte på om vi hadde glemt de ”mellommenneskelige relasjonene vi har på jobb? Hva med å stikke innom kontoret til vedkommende, eller ta en telefon istedenfor denne e-posten?” En av informantene uttrykte seg på denne måten, når det ble snakk om unødvendige e-poster: ”Det er slike ting som får meg til å rive meg i håret. Jeg syns faktisk det er kjekt å prate med folk, det er mer presist og en får avklart ting med en gang. Slike eksempler gjør at jeg har lyst til å gå rett inn i «doss»”.

Det ble også diskutert mengden av e-post som ble sendt og mottatt på arbeidsplassen. Selv om det var store forskjeller på hvor mye e-post den enkelte mottok og sendte hver dag, var de fleste enige om at det var mye. En ting var dette med tidsbruken på e-poster. Mye av

arbeidstiden kunne gå bort i gjennomgang av e-poster, som til slutt viste seg å være uviktige for mottakeren. Dette var ikke alltid like enkelt å avgjøre før e-posten var lest, da den for eksempel manglet noe i emnefeltet. Enda mer e-post ble det gjerne hvis en hadde vært bortreist en stund. Slike store mengder med e-post kunne fort føre til dårlig samvittighet, ved at en ikke klarte å komme gjennom all informasjon. Det kunne gå utover trivselen på jobb, ved at en følte en ikke fikk gjort en god nok jobb, og at det kunne virke stressende for enkelte å ha slike mengder med e-post i innboksen sin. Det var heller ikke ukjent at e-poster havnet langt ned i innboksen, for så å bli glemt.

Noen av informantene opplevde også at enkelte av avsenderne av e-post, forventet svar med en gang. En informant viste til en e-post som han hadde mottatt, men ikke fått anledning til å lese fordi han var bortreist. Innholdet i denne e-posten var svært viktig og medførte at informanten måtte omlegge arbeidstiden sin på kort varsel, for å få utført det han var satt til.

Bruk av ”røde flagg” ble også diskutert. E-poster som alltid fremstod som viktige og at de hastet, kunne fremstå som et irritasjonsmoment for enkelte. Grunnen til dette var at de hadde mange viktige e-poster som de mottok hver dag, og de mente at det ikke var opp til avsender å avgjøre hva som var viktig for mottaker.

5.2 Struktur

Ut fra det materialet som kom frem av dataanalysen, valgte vi å gruppere de mest sentrale temaene som ble diskutert.

5.2.1 Relasjon avsender / mottaker

I alle de fire fokusgruppene ble det diskutert betydningen av relasjon mellom avsender og mottaker av e-post. En informant sa at; ”...jo bedre du kjenner noen, jo tryggere er du jo i kommunikasjonen(...)”. Dette ble underbygget av flere av de andre informantene. Relasjonen kunne gjøre det enklere å forstå hva avsender ønsket å oppnå med e-posten sin. Det ble mye mindre rom for misoppfatninger, tolkinger og spekulasjoner på hvorfor avsender hadde uttrykt seg på den måten denne gjorde. Relasjon til mottaker gjør det derfor lettere for den som skal sende en e-post. En trenger ikke bruke så mye tid på selve utformingen, fordi de som mottar e-posten kjenner deg og forstår hva du mener. På den andre siden trenger ikke mottaker bruke lang tid på å forstå eller tolke hva avsender ønsker at mottaker skal gjøre.

Ulempen med relasjon er at vi alle lager stereotyper, og kan bli forutinntatte. En av informantene mente at fordi mottaker har kjennskap til avsender, kunne e-posten bli tolket negativt i utgangspunktet selv om denne ikke var ment slik. ”... hva er det nå han skal klage

på da?”. Dette viser at selv om det er relasjon mellom avsender og mottaker, kan kommunikasjonen via e-post være en utfordring.

En av informantene mente også at roller på arbeidsplassen hadde betydning på hvordan en kommuniserte. En informant sa; ”Vi oppfører oss forskjellig alt ut ifra hvilke roller vi spiller og hvilke situasjoner vi er i”, ”... hva handler dette om? (...) hvem skal vi snakke med?” Han sa videre at ”Jeg hadde nok oppført meg annerledes om jeg skulle snakke med statsministeren enn med deg”. Han mente det var en sammenheng mellom hvordan man oppfører seg når man prater, og hvordan en skriver e-poster. På bakgrunn av dette ville han aldri ha skrevet en ”tullehilsen” til en av sine sjefer, på samme måte som han ville ha gjort med noen av sine nærmeste kollegaer eller noen han kjenner veldig godt.

En informant mente det var mye mer personavhengig hvordan en kommuniserer med andre, enn roller og hierarki. Her viser hun til sin egen leder og sier at; ”Han kan en jo prate alt med. Det er ikke alle sjefer du kan gjøre det med, vil jeg påstå”. På denne måten kan hun kommunisere med sin leder på en naturlig måte, selv om han er en overordnet.

5.2.2 Innledning

I fokusgruppene ble det diskuterte hva en e-post burde inneholde for at denne skulle bli god, og at en derved oppnådde ønsket effekt. En informant mente det var stor forskjell på om en kommuniserte ut av organisasjonen, eller om det var internt mellom ansatte. Var det ut av organisasjonen mente informanten at denne skulle være formell, og at bruk av ”hei” i starten på e-posten ikke var passende. Dette ble begrunnet med at e-postens innhold kunne bli en del av en formell sak, og da burde også innledningen være formell.

En av informantene hadde en annen innfallsvinkel på det å bruke ”hei” eller navnet på mottaker av e-posten. Dersom han fikk dette følte han seg mer inkludert. Det var ikke lenger bare en avstandsdiskusjon, men en følelse av lagspill til tross for at han ikke kjente vedkommende. For han ble en slik bruk av innledning, oppfattet som at hans meninger eller informasjon hadde en betydning. Han følte seg viktig. Han antok at en slik måte å bruke ”hei” på, hang sammen med miljø og oppvekst. Dette ble supplert av en annen informant som sa at; ”De som får svar på sine henvendelse, føler at her har JEG fått svar på MITT spørsmål”.

En av informantene opplever at når han sender e-poster til sine ledere om spørsmål, skriver de ikke engang ”hei” i svaret, og kun forbokstaven til avsender på slutten. Han ser at en da kan

lett få følelsen av; ”Ikke inviter meg for faen, ikke bruk tiden min (...)”. Dette er imidlertid noe han er blitt vant til, som ikke plager han.

5.2.3 Utforming

På hvilke måte e-poster blir skrevet og utformet på, ble ivrig diskutert i fokusgruppene. Dette var alt fra hvordan en bruker emnefeltet, store bokstaver, farger, smilefjes og bruken av faguttrykk.

Emnefeltet

Emnefeltet viser en kortfattet overskrift om hva e-posten inneholder. I følge informantene blir denne brukt på forskjellige måter. En informant forteller om e-poster som han har mottatt, hvor det bare er skrevet noe i emnefeltet. Dette gjelder i hovedsak innkalling til møter. Ved bare å skrive i emnefeltet blir det for kortfattet til at en får utdypet arbeidsoppgaver og hva en skal forbrede seg til. I tillegg kan det bli lite oversiktlig i innboksen for den som mottar e-posten, da denne kan bli uforholdsmessig lang.

Store bokstaver og farge

Enkelte bruker store bokstaver, utropstegn og farger i sine e-poster. En av informantene fortalte om en gang hun hadde sett seg nødt til å bruke store bokstaver for å understreke viktigheten av innholdet i en e-post. Denne bruken triggert mottakeren noe helt ”forferdelig”. En informant supplerte med å si; ”Det er akkurat som å skrike det”. Bruken av store bokstaver kan derfor få en motsatt effekt, ved at mottaker henger seg mer opp i bokstavene enn innholdet. En annen informant fortalte om bruken av utropstegn. Hun viste til en hendelse hvor hun hadde utført en arbeidsoppgave, som hun hadde sendt til vedkommende flere uker i forkant av e-posten hun fikk. I denne e-posten hadde avsender understreket sitt innhold med tre utropstegn. Dette kjente informanten gjorde noe med henne. Hun ble litt ”smårritert”. Hun tror nok at personer rundt henne hadde merket dette rett i etterkant, men ser ikke på seg selv som langsint så det ble relativt fort glemt.

Skrivefeil

En av informantene mener det er stor forskjell på hvor flinke personer er til å uttrykke seg skriftlig, og at dette gjenspeiler seg i e-postkommunikasjonen. Informanten forteller at han til stadighet får e-poster hvor det er utrolig mye skrivefeil. Selv om han ser at det kan være mange årsaker til dette, som for eksempel lese og skrivevansker, har han lett for å henge seg opp i disse feilene. Han mener; ”... det forstyrrer litt av det de vil fortelle”. Innholdet i e-

posten er ikke lenger det viktigste, og han har ved flere anledninger fått lyst til å svare avsender og påpeke feilene.

Formuleringer

Flere av informantene fremhever viktigheten av å formulere seg klart og tydelig. Dette for at innholdet i e-posten skal bli oppfattet på den måten avsender ønsker, og at det ikke er tvil om hvem som skal gjøre hva. I denne forbindelse ble det også diskutert bruken av faguttrykk. Dette kan være en veldig presis måte å kommunisere på, dersom mottaker er kjent med uttrykkene som blir brukt. Gjør mottaker ikke dette vil han ikke forstå innholdet, og heller ikke hva han skal gjøre. En av informantene forteller om e-poster som han har fått og som inneholder mye faguttrykk. For ham fremstår dette som ”Det er enkelte som elsker å brife med faguttrykk og ting som får dem til å virke intellektuelle, mens innholdet er null og nada”. Flere av disse e-postene har informanten lagret i en egen mappe. Det hender han tar disse frem og tenker; ”Hva er det du prøver å fortelle meg her da?”.

Emoticon

Bruken av emoticon har ifølge informantene både en positiv og negativ side, alt etter hvor og hvordan dette ikonet blir brukt. En informant viser til et eksempel hvor en person får svar på en arbeidsoppgave som denne ikke har gjort, med et smilefjes i slutten av e-posten. For han blir dette; ”Du har ikke gjort det du skulle gjøre, men jeg er ikke sint på deg”. Andre informanter er inne på det samme, når de sier at smilefjes kan være med på; ”å ta brodden av” noe som kan være ubehagelig å prate om.

I motsatt fall kan en slik bruk av smilefjes skape frustrasjon hos den som er mottaker av e-posten. En av informantene synes at her kan det bli en ”kjempesuppe”. Han mener at det som står skrevet må kunne stå for seg selv. Han påpeker at det alltid vil være rom for tolking av det som står skrevet og sier at bruk av smilefjes, surt fjes etc. bare er med på å gjøre forståelsen av innholdet i e-posten enda vanskeligere.

Refleksjon

En av informantene sier at det er viktig å ha klar tanke rundt e-postens innhold, før denne blir sendt. Han sier at en bør; ”Tvinge seg selv til å forstå e-posten ved å lese gjennom den”. En annen informant bruker uttrykket; ”å speile” e-posten en skal sende. Med dette mener han at en leser og reflekterer gjennom det som er blitt skrevet, ”...hvordan ville denne e-posten

påvirket meg?(...)har jeg vært tydelig nok? Klar nok til å forklare det jeg vil informere om?”. På denne måten kan en oppdage og rette på ting, som kan gi en ufullstendig eller gal fortolking av det som er skrevet i e-posten.

5.2.4 Avslutning

Som følge av diskusjonene rundt innledninger på e-poster, kom informantene også innpå avslutninger. Det ble diskutert bruken av; ”mvh”, ”Med vennlig hilsen” eller navnet på avsender. En informant mente selv at dette har noe med lengden på e-posten å gjøre. Er det mye som er skrevet vil det være naturlig for henne å bruke ”Med vennlig hilsen”, mens en kort beskjed holder det med navn eller ”mvh”. Hun benytter selv mye sitt eget navn i slutten på e-poster. Dette gjør hun selv om hun ikke kjenner vedkommende hun kommuniserer med. Hun er imidlertid bevisst på dette, og det er gjerne i de tilfellene e-poster har gått frem og tilbake over tid.

For en annen informant blir bruken av ”hei” og ”Med vennlig hilsen”, noe med måten han tolker e-posten på. Ved bruk av dette føler han at e-posten er sendt ut; ”i god tone”(…). De andre informantene er enige i dette, men mener samtidig at budskapet i e-posten må være gjennomgående. Informanten mener det blir helt feil å sende en veldig krass e-post og avslutte med ”vennlig hilsen”. En må ikke komme dit hen at en sender et dobbelt budskap.

5.3 Grenseskillet mellom jobb og privat

I aftenposten den 05.04.13 kunne en lese et intervju av sosiologiprofessoren Aksel Tjora. Han fortalte da om et forskningsprosjekt hvor 14 deltagere som daglig brukte internett, ikke fikk gjøre dette, gjennom en periode på tre uker. Deltagerne meldte om fysiske ubehag underveis, men så at de ble mer sosiale av å ikke bruke internett. Selv om flere gav uttrykk for at de ønsket å endre sine internettvaner etter prosjektet, var det bare en av dem som klarte dette.

Tjora mener utilgjengelighet er vår tids store knapphetsgode, og tror det er i ferd med å bli det nye statussymbolet i arbeidslivet. Han hevder at i løpet av de siste årene har dette med tilgjengelighet betydd at man er viktig og nødvendig. Dette samtidig som man har sett at det også finnes en bakside. Denne baksiden er at det blir vanskelig å skille mellom jobb og privatlivet. (Aftenposten, -De føler fysisk ubehag av å koble seg av internett)

I følge informantene er det flere positive sider ved å ha jobb e-post på fritiden. Det første som nevnes er utvidet arbeidstid. Med dette mener informanten at du ikke er avhengig av å treffe

folk i arbeidstiden mellom kl åtte og fire. Du kan selv bestemme når du vil sende e-posten, og mottaker av denne kan gripe fatt i den når det måtte passe eller ved ledig kapasitet.

På denne måten ser flere av informantene at tilgang til e-post hjemme er et effektiviserende verktøy. Det nevnes samtidig at terskelen for å sende jobbrelatert e-poster er lavere enn å ta kontakt via telefon etter arbeidstid. Dette fordi avsender ikke forventer umiddelbart svar på sin henvendelse.

En av informantene sier han har en slik e-posttilgang hjemme og på mobil telefonen, som han er innom ganske ofte for å sjekke. På denne måten mener han at hans jobbrelaterte nysgjerrighetsbehov blir dekket. I neste omgang medfører dette at han blir kontinuerlig oppdatert som igjen kan medføre til en gevinst for arbeidsgiver.

En annen informant mener at dersom en er kritisk og bevisst på hvilken rolle en har, kan dette med tilgang på jobb e-post hjemme være positivt. Han trekker frem at en ikke trenger å møte på arbeidsplassen for å ha god kommunikasjon. En kan arbeide hjemmefra og nå sine medarbeidere via e-post.

På den andre siden kan en slik e-posttilgang få negative utslag.

En av informantene visualiserer et eksempel med at en skal svare på jobb e-posten hjemme, mens en står og rører i grytene samtidig som ungene som biter deg i leggen. Informanten mener det er lettere å være på jobb når en skal svare på arbeidsrelatert e-post, fordi skillet mellom privat og jobb da blir mye tydeligere. Hjemme har en ikke den samme arbeidsroen som kreves for å utføre en grundig jobb.

Flere av informantene nevner også at en slik e-post tilgang kan ha en negativ effekt på privatlivet dersom en arbeider jobbrelatert hjemme på fritiden. Dette kan i neste omgang få negative konsekvenser for den ansattes privatliv og igjen kan dette påvirke den ansattes arbeidsmiljø.

En av informantene nevnte at arbeidsministeren i Tyskland hadde lagt ned et forbud mot arbeid på e-post mellom kl. 23:00 til 06:00. Det var blitt et samfunnsproblem at ansatte ikke tok fri, men heller tok jobben med seg hjem.

Våren 2012 kunne en lese i flere medier deriblant NRK Livsstil, at den Tyske arbeidsministeren Ursula Von Der Leyen ville fremme et forslag som innebar at en ikke trengte å svare på e-poster etter arbeidstid. Det skulle heller ikke forventes av arbeidsgiver. Hennes forslag var at det ble lagt inn i den Tyske arbeidsmiljøloven, slik at bedrifter som ikke

overholdt dette kunne bli sanksjonert med bøter opptil 25000 euro. Bakgrunnen for hennes forslag var å skape et tydeligere skille mellom arbeidstid og fritid. Det måtte finnes klare regler for dette, hvor helgene skulle være hellige. Dette forslaget var for å forhindre stress, utbrenthet og depresjon blant tyske arbeidstakere. (NRK Livsstil, Tyskland foreslår forbud mot jobbmail på fritiden)

Samtidig som vi jobbet med oppgaven, viste det seg i Frankrike at arbeidsgiverforeningen Syntec og fagforbundene CFDT og CGC, hadde inngått en ny og oppsiktsvekkende avtale.

”Den nye avtalen sier at visse grupper arbeidstakere i friperioder har «plikt til å koble seg fra kommunikasjonsverktøy» som arbeidsgiveren kunne ha nådd dem på. Dermed avskjæres arbeidsgiverne deres effektivt fra å ta kontakt pr. telefon, pc eller mobil – samme hvor pressende spørsmål de måtte ha.”

Selv om denne avtalen ikke gjaldt for alle arbeidstakere, ble den likevel betegnet som en ”nyvinning” da Dagbladet skrev om saken.

(Dagbladet, Franske arbeidstakere plikter å gjøre seg utilgjengelig for sjefen, av Haldor Hustadnes, 10. april 2014)

Informantene selv konkluderer med at det å ha jobb e-post hjemme, er et personlig valg. Det er ingen som har fått inntrykk av at det er arbeidsgiver som pålegger dem dette. Noen av informantene velger bevisst å ikke benytte seg av ordningen, fordi de mener nysgjerrigheten vil ta overhånd og grenseskillet mellom jobb og privat viskes ut.

5.4 Tilsikta / utilsikta virkning

E-postens tilsikta effekt på e-postbrukeren er den antatte påvirkning og den faktiske effekt denne har på mottaker av e-posten.

Informantene selv mener de er bevisste på hvordan de utformer innholdet i e-posten de sender. ”Da er jo poenget at du må formulere deg klart og tydelig. Hva er det du vil ? Hva er det du vil ha? Det er det som er det essensielle, viktig å få fram. Det er det som er hensikten” kommenterer en av informantene.

En av informantene forteller at når hun jobber med e-post så er det så jobbrelatert at det er kjekt. ”Jeg trenger ikke tenke over hvordan jeg mottar eller sender” sier hun. Vi kan bare anta at hun mener hennes måte å skrive e-post på vil påvirke mottaker akkurat slik hun forestiller seg. En av de andre informantene kan fortelle henne at den faktiske effekten på e-posten hun

sender ikke alltid gir ønsket resultatet. Mottakerne av hennes e-post spør denne informanten om råd, fordi de ikke forstår fagspråket i e-posten og dermed mister de forståelse for grunninnholdet og selve meldingen. Informanten påpeker til avsender at det språket hun bruker er et fagspråk som hun er helt trygg på og sier: "... men når jeg leser det, så sitter jeg her som et stort spørsmålstegn, og lurer på om det er på tide å gå av med pensjon (...)" Begge informantene ler godt fordi denne informanten er altfor ung til å gå av med pensjon og avsender sier bekreftende: "Klart, en kan være for faglig (...)". Informanten ufarliggjør situasjonen med å fortelle at også han har måtte bite det i seg, en gang fikk han tilbakemelding på en e-post med et stort spørsmålstegn størrelse 120.

Emoticon som smilefjes blir benyttet tilsiktet i e-post av flere informanter. De forteller om eksempler hvor de føler at innholdet kan bli for belærende mot mottaker, da brukes gjerne et smilefjes. "Da tenker jeg at sånt må det være, og et smilefjes da for å bekrefte at det var ikke sånt stygt meint. Det var bare sånt jeg måtte forklare det." sier informanten. Vi spurte denne informanten om dette var for å ta brodden av at e-posten var skrevet på en belærende måte. Dette bekreftet informanten. Videre forteller han om et eksempel hvor en av de andre informantene etterspør informasjon, som han vet er sendt av gårde tidligere, når han svarer på slike e-poster bruker han et smilefjes for å ufarliggjøre situasjonen. Informanten bekrefter virkningen denne har på henne ved å illustrere forskjellen ved å skrive: "Denne tror jeg du har fått før" informanten beskriver denne setningen med et smiltegn, eller "Disse har du fått før! Punktum! Oi, han var sinna!".

En av informantene forteller oss at han til tider samarbeider med utenlandske aktører. De e-postene som ble sendt frem og tilbake der viste tydelig at tilsiktet effekt og antatt påvirkning ikke helt var som forventet. Informanten ble frustrert over at aktørene brukte forskjellig fagspråk, noe som igjen skapte usikkerhet og forvirring blant aktørene fordi de ikke oppfattet hva de skulle gjøre eller utførte det de skulle. Informanten ble på et tidspunkt så "fly forbanna" at han skrev e-post med klar beskjed i punkt en, punkt to, punkt tre, punkt fire, punkt fem. Tilbakemeldingene han fikk på denne e-posten viste tydelig kulturforskjell. Engelskmannen beklaget seg i det vide og brede, mens amerikaneren skrev: "Could't agree more! Punktum!".

"En ting er hvordan du skriver ting, men uansett hvordan du skriver en ting – så kan du bli misoppfattet av den som sitter i andre enden. Det er problemet med e-posten totalt sett som du ikke får når du møter folk ansikt til ansikt. (...)" poengterer en av informantene. Det er stort rom for tolkning i kommunikasjon på e-post. Alle har sine egne tanker og erfaringer rundt

tema som de vil formidle, forhåpentligvis på en slik måte at mottakeren oppfatter meningen med e-posten ut ifra sine erfaringer. Støy underveis er med på å forstyrre budskapet. Vi kan anta hvilke påvirkning budskapet vil ha på e-postbrukeren, men den faktiske effekten kan vise seg å være en helt annen. En av informantene trekker frem intetsigende e-poster hvor avsender prøver å formidle noe uten å helt få det til. Avsender kan være for uklar eller for faglig, det går lite klart frem hva det ønskes svar på.

Den faktiske effekten slike e-poster har på en av informantene er at han som mottaker av slike e-poster blir frustrert og irritert, blant annet fordi han må bruke så mye tid på å tolke innholdet i disse e-postene. Ofte ender det opp med at han må likevel må ta kontakt med dem for å stille direkte spørsmål om hva de er på jakt etter. En av de andre informantene kjenner seg igjen, og forteller at når hun mottar e-poster hvor avsender skriver ”Nå har jeg prøvd å få tak i deg i en hel uke, og du er umulig å få tak i (...)”. Slike e-poster ”irriterer fett” av informanten. Vi må vel få lov te å ha ferie av og te, uten å måtte komme tilbake til slik e-poster i innboken sier hun.

Et av eksemplene som informantene viser til er e-post fra en kollega som informerer om en forflytting innad i organisasjonen og grunnlaget for forflyttingen. Informantene reagerte forskjellig på denne e-posten. Noen mente at det var tøft gjort av denne kollegaen å sende ut e-posten og være åpen om sin situasjon. Dette fordi de mente at e-posten ville ta brodden av spekuleringer og ryktespredning. Andre informanter mente at slike e-poster ble altfor personlige og ga forventninger til at andre kollegaer i liknende situasjoner skulle gjøre det samme.

Denne e-posten er et godt eksempel på at en tilsiktet e-post kan ha ulik påvirkning på de forskjellige mottakerne.

5.6 Gevinst

Arbeidsgivers gevinst	Arbeidstakers gevinst
❖ Kontinuerlig oppdatert	❖ God kontakt med kollegaer
❖ Lett å nå ansatte	❖ Enkel kommunikasjonsform
❖ Utvider arbeidstiden	❖ Når mange på en gang

Arbeidsgiver

En av gevinstene for arbeidsgiver ved bruk av e-postkommunikasjon, er at det kan utvide arbeidstiden for arbeidstakere. Flere har i dag tilgang til e-post hjemme, og som enkelte bruker aktivt på sin fritid. På denne måten gjør de et arbeid som de i utgangspunktet skulle ha

gjort mens de var i lønnet arbeid på arbeidsplassen. Arbeidsgiver får på denne måten utført en rekke arbeidsoppgaver helt gratis, uten at det blir utbetaler lønn for dette. Enten ved at arbeidstakeren ikke skriver timer for arbeidet, eller at slikt ikke blir godkjent.

For arbeidsgiver er det en enkel og lett måte og nå sine ansatte på. Mye informasjon kan sendes ut til alle ansatte eller kun de det måtte vedkomme, på en rask og enkel måte. Denne informasjonen kan også enkelt videresendes av mottaker. Arbeidsgiver sparer derfor mye tid og kapasitet på å gjennomføre unødvendige møter, reiser eller brevkorrespondanser. Ved at arbeidsgiver kan nå alle på en gang, kan alle få lik informasjon, samt at ingen blir glemt.

Side bruken av e-post er en enkel og lett måte og nå sine ansatte på, er det sannsynlig at mer informasjon blir sendt ut. Fordelen med dette er at de ansatte blir kontinuerlig oppdaterte, slik at det er enkelt for de ansatte å sette seg inn i det som foregår på arbeidsplassen. Jo bedre de ansatte er oppdaterte på det som foregår, jo bedre rustet er de til å gjøre en god jobb til det beste for sin arbeidsgiver.

Arbeidstaker

Ved å bruke e-post oppnår arbeidstakere en enkel og effektiv kommunikasjon med sine medarbeidere. Den enkelte arbeider kan på en effektiv måte sende informasjon til flere mottakere samtidig. Dette er både tidsbesparende, og en unngår frustrasjon om en ikke skulle oppnå direkte kontakt med vedkommende.

Det er også blitt diskutert at e-post er en trygg måte og kommunisere på. Med dette mener informantene at det som blir skrevet og sendt på e-post, blir en form for dokumentasjon. Hva som er skrevet og når det er sendt, blir lagret i innboksen til de som har mottatt e-posten. Den kan også videresendes eller skrives ut. E-post kan også være et oppslagsverk. Den blir lagret i innboksen til den enkelte, hvorpå det også er mulig å kategorisere den.

En annen fordel med bruken av e-post, er at innholdet i denne kan bli behandlet av mottaker når det måtte passe. Faren for å bli forstyrret i sitt arbeid ved at noen kommer inn på kontoret, blir vesentlig redusert. Mottaker kan også velge hvilke av e-postene som er viktigst, og hvilke som kan vente. Dette er på lik linje for avsender, som selv kan velge når han eller hun ønsker å behandle svarene som blir gitt. På denne måten kan arbeidstakerne styre sin egen hverdag, med selv å prioritere hva som er mest hensiktsmessig å gjøre først og sist.

5.7 Utfordring

Arbeidsgivers utfordring	Arbeidstakers utfordring
<ul style="list-style-type: none">❖ Kvalitet i arbeidet❖ Går foran som godt eksempel❖ Vanskelig å kontrollere	<ul style="list-style-type: none">❖ Fremtoning❖ Misforståelser❖ Feilbruk av e-post

Arbeidsgiver

For arbeidsgiver kan bruken av e-post som et arbeidsverktøy by på utfordringer når det gjelder kvaliteten i arbeidet som blir utført. Siden det er lett å bruke e-post, kan det til tider gå på bekostning av innholdet. Avsender kan sitte hjemme med åpne programmer som facebook, twitter, og lignende, samtidig som en jobber med e-post. Blir det her for mye sammenblanding og en er lite bevisst på hva en jobber med, kan dette gå ut over kvaliteten på arbeidet. Dårlig kvalitet i arbeidet til den ansatte, vil i neste omgang gå ut over arbeidsgiver.

En annen utfordring for arbeidsgiver er om lederne går foran som gode eksempler? Det oppleves at ledere skriver ufullstendige e-poster hvor sentral informasjon mangler. På grunn av til dels korte svar fra lederen, kan mottakeren få følelsen av at lederen er lite interessert i det en spør om. Ønsker arbeidstaker at det skal kommuniseres på en høflig og god måte, er det viktig at dette også blir gjort av lederne. Blir ikke dette gjort, kan en heller ikke forvente at arbeidstakeren skal gjøre det.

En annen utfordring kan være oppfølging. Det blir i dag sendt ut mye informasjon til ansatte, som både er viktige for den enkelte men også for organisasjonen som helhet. Utfordringen blir hvordan arbeidstaker sikrer seg at informasjonen som ble sendt ut, blir gjennomgått og oppfattet av mottaker. Avsender kan se om mottaker har åpnet e-posten som ble sendt, men har ingen mulighet til å kontrollere om innholdet er lest eller korrekt oppfattet. Dette kan medføre at viktige arbeidsoppgaver ikke blir gjennomført, eller at de blir gjort feil.

Arbeidstaker

Ved bruk av e-post som et kommunikasjonsverktøy, kan misforståelser oppstå. Ved ansikt til ansikt kommunikasjon er det lettere å tolke den en prater med, samt avklare misforståelse med en gang. Ved bruk av e-post er ikke dette så enkelt. E-poster kan gå mange ganger frem og tilbake mellom avsender og mottaker bare for å få avklart ting. Dette som følge av

utilstrekkelig informasjon fra avsender eller som følge av at mottaker tolker innholdet på en annen måte. Dette kan medføre at en bruker unødvendig mye tid på en sak, som kunne blitt løst enklere og mer effektivt på en annen måte.

Hvordan vi tiltaler hverandre kan også være en utfordring. Flere har påpekt at det er lettere å skrive noe krast til en person, enn det er å si det ansikt til ansikt. Denne terskelen kan bli lavere dersom avsender selv er sint eller irritert. Utfordringen er derfor å være så korrekte og høflige som mulig, uansett om en er sint eller ikke. Personene som en sender e-poster til er i mange tilfeller kollegaer som en ønsker et godt arbeidsforhold til, og slike e-poster kan være med på å ødelegge slike gode arbeidsforhold.

I tillegg til å sende e-poster til mange på en gang, kan en skille mellom de det direkte gjelder og den som en ønsker skal ha en kopi. Flere har opplevd at e-poster blir brukt av avsender for å fremheve seg selv. Dette blir gjort med at innholdet i e-posten forteller noe om hvor dårlig jobb den enkelte mottaker har gjort, samtidig som avsender har rettet på deres feil.

Mottakeren av e-posten er de det direkte gjelder, samt at lederen blir lagt til i kopifeltet. På denne måten får avsender fremhevet seg selv, samt skape et dårlig inntrykk av de andre ovenfor sjefen.

6. Drøfting og diskusjon

I drøftingskapittelet vil vi diskutere hvordan problemstillingen påvirkes i forhold til teori og de resultater som er fremkommet gjennom den empiriske datainnsamlingen.

Vi vil ta utgangspunkt informantenes utsagn om at e-postkommunikasjon kan være et effektivt kommunikasjonsverktøy eller muligens en kilde til frustrasjon.

Vår påstand vil på dette grunnlaget være at :

E-postkommunikasjon er et effektivt kommunikasjonsverktøy.

Problemstillingen vi vil belyse er:

På hvilken måte kan e-postkommunikasjon påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet ?

Det som taler for at e-postkommunikasjon kan være et effektiviserende kommunikasjonsverktøy er tidsbruk og tilgjengelighet. Vi vil hevde at e-post er tidsbesparende fordi tidsbruken er mindre og raskere enn ved direkte kommunikasjonskontakt ansikt til ansikt, via en telefonsamtale eller ved å sende et brev. Det som sterkt taler for at e-postkommunikasjon er effektiviserende er at mottaker får e-posten inn i sin innboks i samme øyeblikk som vi trykker på send knappen. På den ene siden ser vi e-postens tilgjengelighet som et enkelt og godt kommunikasjonsmiddel, fordi vi her kan kommunisere med andre uten at de må være tilgjengelig i samme tidsrom. Mottakeren av e-posten kan selv behandle e-posten ved ledig kapasitet. Det er godt mulig at denne tilgjengeligheten gjør at vi mister den mellommenneskelige kommunikasjonen vi burde hatt med våre kollegaer. Det kan også godt hende at tilgjengeligheten gjør at vi ikke tar oss tid til å prate, fordi tidsbesparelsen gir oss en større gevinst ved å sende en e-post.

På den andre siden kan vi hevde at tidsforbruk ved e-post er større en tidbesparelsen. Grunnlaget vi baserer dette på er at e-postkommunikasjon kan være en kilde til frustrasjon på grunn av uklar og upresis utforming, slik at e-posten må sendes frem og tilbake mellom avsender og mottaker for å avklare eventuelle misforståelser. I empirien kommer det frem at informantene mener at e-postkommunikasjon til tider kan være en "tidstyv". For så vidt så ser vi at e-post kan være en "tidstyv" hvis flere mottakere av samme e-post behandler og svarer på innholdet, så ser vi at mye unødvendig tid vil gå til spille. Det er rimelig å si at kilder til frustrasjon kan være at e-postens innhold blir misforstått og feiltolket av mottaker med grunnlag i andre forventninger, antakelser og drivkraft. I e-postkorrespondanse har vi ikke de verbale kommunikasjonsformene mimikk og toneleie, noe som gjør at mottaker tolker budskapet ut ifra egen kompetanse og erfaring.

Kommunikasjonsprosessen

Ser vi på kommunikasjonsprosessen i sin helhet vil vi si at det som taler for at e-postkommunikasjon kan være effektivt er når avsender har en god relasjon til mottaker og innblikk i mottakers kjennskap til budskapet. Vi vil hevde at i slike tilfeller kan avsender ha en klar, direkte og uformell tone i meldingen, fordi avsender kjenner til mottakers handlingsmønster. Det som taler i mot er at innholdet i e-posten kan bli altfor direkte, uformell og upresist noe som kan føre til at viktig informasjon uteblir og flere avklarings e-

poster må til før avsender og mottaker har gjensidig forståelse for innholdet. Hvis en faglig e-post er gjennomført korrekt og faglig, så må mottaker ha innblikk i samme fagspråk for å oppnå samme forståelse som avsender.

IHR-modellen

Informantene fremlegger i empirien at de tror at desto bedre avsender og mottaker kjenner hverandre, desto tryggere blir kommunikasjonen. På den ene siden så vil vi si oss enige i at e-postkommunikasjonen kan være et effektivt kommunikasjonsverktøy fordi de da kan ha kjennskap til hverandres språk, forventninger, egenskaper, ferdigheter, styrker, svakheter, handlingsmønster og hvilke drivkraft som påvirker i ulike situasjoner. Avsender kan utforme sitt budskap klart og tydelig, kort og konsist fordi avsender kjenner til mottakers handlingsmønster og mottaker kjenner til avsenders handlingsmønster. Rollefordelingen mellom avsender og mottaker er avklart på grunnlag av den relasjonen disse har til hverandre og til budskapet i meldingen. Klar og tydelig rollefordeling skaper trygghet.

Ser vi dette fra en annen synsvinkel vil vi si at oss sterkt uenige i dette fordi nære relasjoner kan gjøre at forventningene blir for lave eller for høye, det kan godt hende at mottaker antar noe helt annet enn hva avsenders hensikt i utgangspunktet er. Vi kan tenke oss at avsender blir mer upresis i sine meldinger fordi han antar at mottaker har kunnskap om og forstår hva som menes i meldingen. Mottaker kan også tolke budskapet annerledes enn ment på grunnlag av helt andre relasjoner til avsender enn selve e-posten sin innhold. E-posten kan da bli ineffektiv fordi en må bruke mye tid og krefter på å forstå meningen, i tillegg til at en må avklare med avsender den opprinnelige meningen med budskapet.

Det er godt mulig at handlingsmønsteret i e-posten kan være en kilde til frustrasjon. Vi ser det slik at hvordan avsender velger å presentere budskapet, avhenger av om mottaker oppfatter meldingen frustrerende eller ei. Vi ser det også slik at dersom e-posten er utformet upresist og mangler vesentlig informasjon, da vil dette kunne skape stress og misnøye. Hvordan mottaker påvirkes av avsender er medbestemmende for mottaker sin oppfattelse av innholdet.

- 1) Hvis budskapet mangler informasjon, da kan mottaker miste forståelse av e-posten.
- 2) Hvis e-posten er uklar eller provoserende, da kan mottaker bli oppgitt, sint, lei seg eller frustrert.

- 3) Hvis avsender bruker store bokstaver og utropstegn i meldingen, da kan mottaker tro at avsender skriker budskapet ut. Selv når avsender på sin side kun ønsket å understreke et viktig poeng.
- 4) Hvis faguttrykk blir brukt feil, da kan mottaker bli enda mer forvirret av budskapet.
- 5) Hvis emoticon brukes ubevisst og på feil sted, da kan budskapet få en helt annen mening enn hva hensikten var. Informantene nevnte blant annet smilende emoticon bak negative setninger for å gjøre denne mildere.

Det er også godt mulig at handlingsmønsteret ikke er en kilde til frustrasjon. Noen vil nok hevde at de fleste e-poster er klare, oversiktlige og står til avsender og mottakers forventning. Forventningene skapes av innrammingen og handlingsmønsteret.

Blinde flekker

«Det vi ikke vet, har vi ikke vondt av» er et uttrykk vi alle har hørt gjennom barndomsårene og opp til voksen alder. Det kan være en fordel å ikke ha all informasjon tilgjengelig. Denne «usynlige» informasjonen kaller vi for blinde flekker, det vil si at vi kun kan se det vi selv har å hanske med uten å vite hvilke virkning dette har på mottaker. Avsender ofrer ikke «de blinde flekkene» en tanke, han tenker kun på e-postens innhold og e-postens hensikt.

Hvis vi skal se på e-post som et effektivt kommunikasjonsverktøy, så kan det være lurt å reflektere over den som skrives og tenke igjennom hvordan innholdet vil påvirke mottaker. I tillegg til det vi skriver er det en del informasjon vi ikke kan vite om eller fange opp umiddelbart. Det kan jo være mulig at mottakeren er nedlesset i arbeid, har ferie eller rett og slett ikke er opplagt til å svare på e-posten. Sinnsstemning vil kunne påvirke utfallet av hvordan mottaker svarer på en e-post. Til tross for at e-post er en non-verbal kommunikasjonskanal, kan teksten i e-posten tolkes i feil tonefall og dermed få en helt annen virkning på mottaker enn antatt. Som brukere av e-post mottar vi data, tolker denne dataen, foretar vår utvelgelse, utformer vårt svar og sender resultatet av gårde. Dette er slutninger vi tar fortløpende uten å tenke særlig nøye over dette.

Etikk

Når det er samhandling mellom mennesker vil det være naturlig og se på hvordan man oppfører seg ovenfor hverandre, ikke bare ansikt til ansikt men også ved e-postkommunikasjon. Hva som er rett eller gal oppførsel i hvert enkelt tilfelle er vanskelig å fastslå, men noen retningslinjer har datainnsamlingen gitt oss.

For å oppnå ønsket effekt av en e-post kan det være en fordel og være kort og konsis, samt at innholdet er informativt. Det vektlegges at all den informasjonen som mottaker trenger for å utføre en arbeidsoppgave er med i e-posten. På denne måten får mottakeren den informasjonen som han eller hun trenger, uten å bruke unødvendig mye tid på tolking av innholdet. Da e-posten også er kortet ned til det mest nødvendige, kan det i neste omgang føre til at avsender får et raskt svar tilbake, samt at arbeidsoppgaver blir raskere gjennomført.

Ved å opptre saklig og høflig kan det være lettere å fange mottaker sin interesse for innholdet. En oppnår at mottaker leser innholdet i e-posten, istedenfor å irritere seg over måten avsender uttrykker seg på. Selv såkalte negative tilbakemeldinger kan bli oppfattet positivt, bare en uttrykker seg på den rette måten og er konstruktiv i forhold til kritikken som blir fremsatt.

Det er imidlertid ikke uvanlig at e-poster blir formulert på en slik måte, at de kan bli oppfattet både uhøflige og lite saklige. E-poster som blir sendt i sinne kan være eksempler på dette. Fra empirien kan vi se at informantene mener slike e-poster ikke bør sendes av avsender, før det er gått en stund. Dette for å få en avstand til innholdet, slik at følelsene til dette ikke skal påvirke måten en uttrykker seg på.

Å la seg påvirke av andre sine negative holdninger til mottaker, kan også gi en dårlig effekt på budskapet i e-posten. Det kan være galt og ukritisk stole på andre sine oppfattelser om en person, da dette kan være svært så subjektive meninger. Fordi en person har et dårlig inntrykk av mottaker, betyr ikke dette at det er mottaker det er noe galt med. Sender en allikevel en e-post på et slikt grunnlag, kan både formulering og innhold bli misvisende eller direkte galt. Dette kan igjen påvirke resultatet av e-posten.

Verdier

Om avsender selv mener det han sier eller skriver, er det enklere å forholde seg til han. Du vet hvilke synspunkt avsender eller mottaker har, og dette gjør det lettere å skrive eller tolke en e-post. Det vil for eksempel ikke være overraskende for mottaker av en e-post, om han skulle få beskjed av sjefen om å bruke «med vennlig hilsen» i sine e-poster, når sjefen har uttalt at det skal en gjøre, samt at han alltid gjør det selv.

På hvilken måte vi beslutter å sende en e-post på, har også en betydning for hvordan denne blir oppfattet. Har vi en felles forståelse på hvordan dette skal gjøres, blir det enda enklere å forholde seg til. Er det for eksempel en felles forståelse for at man ikke skal bruke e-posten på jobb til et forum for felles meningsyttringer unngår vi en slik bruk.

Om avsender har et genuint ønske om å informere på en slik måte at alle som mottar e-posten forstår den, vil avsender være ekstra nøye på hvordan denne blir utformet for å oppnå best mulig effekt. En vil kanskje lese gjennom e-posten flere ganger, for å se om innholdet kan misoppfattes eller om den er skrevet på en slik måte at den ikke virker støtende på mottakerne.

På den andre siden opplever mottakere å få e-post hvor innholdet kan være både uklare og støtende. I disse tilfellene tar ikke avsender hensyn til mottakeren. Dette kan være fordi avsender ikke har lest igjennom e-posten før den ble sendt, eller fordi han ikke bryr seg om mottakeren forstår innholdet eller ei.

Det oppleves også at e-poster blir brukt til og «henge ut» andre, samtidig som en fremhever seg selv. E-poster blir sendt til alle involverte, samt en kopi til en eller flere ledere. Slike e-poster kan fort skape litt irritasjon i organisasjonen, da det er liten mulighet for å komme med motargumenter når e-posten allerede er sendt.

Det kan også være enkelt å skyve ansvar fra seg selv og over på andre, med bruk av e-post. En leder kan sende ut en e-post med informasjon, for siden å hevde at alle er informert. Men det er ikke sikkert at alle mottakerne har oppfattet innholdet, ei heller ansvaret som de er blitt pålagt. Blir ikke slike e-poster fulgt opp fra lederen sin side, kan en fort havne i en situasjon hvor noen har ansvar for noe som de ikke er klar over.

Psykososialt arbeidsmiljø

Fra empirien kan vi se at de aller fleste informantene var enige om at e-posten var kommet for å bli, og at de aldri ville vært den foruten. E-postkommunikasjon kan både være effektivt og tidsbesparende, spesielt når avsender og mottaker har en felles forståelse for hvordan innholdet skal tolkes. Slike besparelser bidrar til at den enkelte kan utføre flere arbeidsoppgaver, som igjen kan bidra til økt mestringfølelse.

En annen positiv side med e-post, er at mottaker kan behandle informasjonen og svare på denne når det måtte passe. Dette medfører at den enkelte har påvirkning på egen arbeidssituasjon, som kan oppleves positivt for den enkelte medarbeider.

E-posten kan også brukes til å gi tilbakemeldinger. Fra empirien ser vi at flere av informantene pratet varmt om positive tilbakemeldinger, og virkningen av disse. De mente det aldri var galt å gi positive tilbakemeldinger, da disse ville uansett bli positivt mottatt. Slike

tilbakemeldinger fikk den enkelte til å føle seg verdsatt, en ble glad og det gav inspirasjon til å yte enda mer på arbeidsplassen.

Men er det virkelig slik at alle e-poster blir oppfattet positivt blant medarbeiderne? Fra empirien ser vi at informantene diskuterer mange uheldige sider ved bruk av e-postkommunikasjon. Blir e-poster av en eller annen grunn misoppfattet, kan dette skape merarbeid for den enkelte. Dette kan igjen gi seg utslag i enda flere e-poster, som igjen kan skape stress.

Et annet problem kan være mangel på informasjon i e-posten, eller at denne er upresis i sin utforming. Dette kan medføre at mottaker ikke forstår hva han eller hun skal gjøre. Slike e-poster kan skape frustrasjon, da en opplever unødvendig mye e-post korrespondanse frem og tilbake for å få avklaringer på innholdet.

Det er også forskjell på forventninger om hvor raskt avsender ønsker svar på sine e-poster. Er disse forventningene ulike mellom avsender og mottaker, kan en oppleve at avsender irriterer seg over mottaker som ikke svarer på hans henvendelse. I motsatt fall kan mottaker irritere seg over avsender som maser på svar.

Noen kan også oppleve å få negative tilbakemeldinger på e-post. Om disse ikke er konstruktive kan e-posten oppfattes som ”sure oppgulp” fra avsenders side. Dette kan skape misnøye fra mottaker, som igjen blir negativ ovenfor avsender. Dette kan mottaker dra med seg videre ved at han blir forutinntatt neste gang han mottar e-post fra avsender, eller ved at han snakker nedlatende om mottaker til andre.

6.4 Forslag til kjøreregler

Rett i etterkant av hver fokusgruppe ba vi deltakerne om å notere ned hva de anså som det aller viktigste for dem på e-post.

På bakgrunn av informantenes egne notater (vedlegg 9), lagde vi tips til kjøreregler (vedlegg 10) for e-postkommunikasjon.

Tanken bak disse kjørereglene er å minne e-postbrukere på hvordan de best mulig kan benytte dette kommunikasjonsverktøyet på en positiv måte.

7. Konklusjon

I denne oppgaven ønsket vi å undersøke sammenhengen mellom e-postkommunikasjon på arbeidsplassen og det psykososiale arbeidsmiljøet. Dette formulerte vi i følgende problemstilling:

”På hvilke måte kan e-postkommunikasjon påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet?”

Dataanalysen avdekket at det fantes en sammenheng mellom e-postkommunikasjon og psykososialt arbeidsmiljø. Grunnlaget for å hevde dette er at informantene diskuterte ivrig om flere sider ved bruken av e-post som kommunikasjonsform, og konsekvensene av denne bruken. Dette på bakgrunn av egne og andres erfaringer samt antagelser. Selv om diskusjonene dreide seg for det meste om den enkelte sine opplevelser, er det rimelig og anta at disse opplevelsene i neste omgang kunne påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet hvor informantene jobber.

Det fremkom at e-postkommunikasjon kan ha en positiv påvirkning på det psykososiale arbeidsmiljøet, bare den blir brukt på rett måte. Den kan da være en effektiv, praktisk og trygg måte å kommunisere på. Noe som kan føre til et godt sosialt samspill mellom de ansatte, glede over å ha mestringsfølelse og motivasjon til å gjøre enda bedre jobb.

E-postkommunikasjon kan også påvirke i negativt retning, dersom de ansatte ikke er bevisste på utforming og bruk av dette kommunikasjonsverktøyet. Det er ikke alltid en fordel å bruke e-post som kommunikasjonsform, noen ganger er det bedre å ta en telefon eller ha direkte kontakt med vedkommende på kontoret. Slike negative konsekvenser ved bruk av e-post kan skape frustrasjon, irritasjon og stress blant de ansatte.

På tross av faren for negative konsekvensene ved bruk av e-postkommunikasjon, var informantene enige om at det var flere fordeler ved bruken av denne en negative. E-post var kommet for å bli, og de ville aldri ha vært den foruten.

8. Kilder

- Johannessen, A., Christoffersen, L., & Tufte, P.A. (3 utgave 2011). *Forskningsmetode for økonomisk – administrative fag*, Oslo: Abstrakt forlag AS
- Bellis, M. (u.å). *History of Email & Ray Tomlinson*. Hentet 1.mars 2014 fra <http://inventors.about.com/od/estartinventions/a/email.htm>
- Digi.no (2001, 2. oktober). *E-posten fyller 30 – eller...?*, Hentet 1.mars 2014 fra <http://www.digi.no/41144/e-posten-fyller-30-eller>
- Kaufmann, G., Kaufmann, A., (3 utgave 2003). *Psykologi i organisasjon og ledelse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Johannessen, I.(2011). *Mellommenneskelig kommunikasjon ØKB 2115*, Haugesund: Høgskolen Stord/Haugesund
- Lian, A.(2013, 5.april) *De føler fysisk ubehag av å koble seg fra internett*. *Aftenposten*, Hentet 1. mars 2014 fra <http://www.aftenposten.no/kultur/--De-foeler-fysisk-ubehag-av-a-koble-seg-av-Internett-7165301.html#.U3NMUWeKBaS>
- Riise, B.H.(2012, 14.juni) *Tyskland foreslår forbud mot jobbmail på fritiden*. Hentet 9.mai 2014 <http://www.nrk.no/livsstil/forbyr-jobbmail-pa-fritiden-1.8200240>
- Hustadnes, H.(2014, 10.april) *Franske arbeidstakere plikter å gjøre seg utilgjengelig for sjefen* Hentet 9.mai 2014 fra <http://www.dagbladet.no/2014/04/10/nyheter/utenriks/arbeidsliv/32752264/>
- Referansehjelp på nettsidene til HSHs bibliotek.
- Holdepunkter for bacheloroppgaven*, HSH (Versjon 4.1)

9.0 Vedlegg

- 1 Idèstorm rundt e-postkommunikasjon
- 2 Formell forespørsel til organisasjonene
- 3 E-post til intervjuobjektene
- 4 Intervjuguide 1 – dybdeintervju
- 5 Kjøreplan - fokusgrupper
- 6 Intervjuguide 2 – fokusgrupper
- 7 Power Point presentasjon
- 8 Fokusgrupper invitasjon til avdelingsledere
- 9 Fokusgrupper invitasjon til deltagere
- 10 Fokusgruppe 1 til 4
- 11 Tips til kjøreregler for e-post

Vedlegg 1

Idestorm rundt e-postkommunikasjon

- ❖ Intern/ekstern kommunikasjon
- ❖ Lange avhandlinger
- ❖ Misforståelser
- ❖ Støykilder
- ❖ Store boktaver
- ❖ Utropstegn
- ❖ Forkortelser
- ❖ Faguttrykk
- ❖ Ulik e-post
- ❖ Tekst i emnefelt
- ❖ Språkbruk innen ulike avdelinger
- ❖ Kommunikasjon
- ❖ Hva er lov
- ❖ Hva er ikke lov
- ❖ Skrivefeil
- ❖ Slang
- ❖ Hvem skal mailen sendes /stiles til
- ❖ Datatilsynet
- ❖ Skikk og bruk
- ❖ Rutinehåndbok
- ❖ Hets, sjikane
- ❖ Herseteknikk
- ❖ Dekker seg bak informasjon
- ❖ Plasserer seg selv i en god posisjon.

Vedlegg 2

Formell forespørsel til organisasjonene

Hei NN,

For tiden slutfører jeg mitt Bachelorstudiet innen LOS (Ledelse, organisasjon og strategi) ved HSH. I denne forbindelse vil min medstudent og jeg gjerne få lov til å presentere vårt prosjekt for Tysvær kommune. Vi skal skrive en bacheloroppgave om e-postkommunikasjon.

Vi vil se på hvilke måte e-postkommunikasjon kan påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet, og hvilke positive/negative utslag dette kan gi i organisasjonen.

Takk for positiv tilbakemelding på min muntlige forespørsel =)

Vi ser frem til å få presentere prosjektet for deg fredag.

Med vennlig hilsen

Tove Amundsen
og Fredrik Alvestad

Vedlegg 3

Mail som ble sendt til intervjuobjektene

Hei NN

Takk for at du stiller opp til intervju.

Vi ønsker å se på utfordringene i e-postkommunikasjon på jobben.

I denne forbindelse er det fint om du tenker igjennom om e-post er et nyttig verktøy for deg, og på hvilke reaksjoner e-postkommunikasjon har skapt for deg i positiv og negativ forstand.

Det er svært nyttig for vårt arbeid videre om du har eksempler på e-postkommunikasjon som du har mulighet / ønske for å dele med oss.

Ta gjerne med ulike eksempler på e-poster til intervjuet.

Vel møtt til intervju =>

Med vennlig hilsen

Tove Amundsen & Fredrik Alvestad

Vedlegg 4

Intervjuguide I - Dybdeintervju

1. Ser du på e-postkommunikasjon som et nyttig verktøy for deg i arbeidslivet ?

- Hvorfor ?
- Hvorfor ikke ?
- Kan du utdype hvorfor/hvorfor du ikke ser e-post som et nyttig verktøy for deg i arbeidslivet ?
- Hvor mye av din arbeidsdag går med på å lese e-post?
- Hvor mye av din arbeidsdag går med på å skrive e-post?

2. Hvilke typer e-postkommunikasjon skaper reaksjoner hos deg, og hvilke ?

2.1 Tenk etter på en e-post du har reagert positivt på – kom gjerne med eksempel.

- Kan du huske hva som gjorde at du fikk den reaksjonen?
- Hvordan påvirker dette din måte å behandle budskapet på ?

2.2 Tenk etter på en e-post du har reagert negative på , kom gjerne med eksempel.

- Kan du huske hva som gjorde at du fikk den reaksjonen ?
- Hvordan påvirker dette din måte å behandle budskapet på ?

3.Hvilke type e-postkommunikasjons form forventer du fra:

- din overordnede
- dine medarbeidere
- fra andre avdelinger
- Beskriv hvorfor du forventer en slik forskjell ? evt ikke en forskjell ?

4.Hvilke e-poster forventer du at det svares på umiddelbart, og hvorfor ?

- Hvilke e-poster kan vente ?
- Hvilke e-poster kan velges bort uten å svares på?

5. Påstand;

”Det å sende en felles e-post, er alltid en god måte å formidle et budskap på ?”

- Hva er ditt forhold til å sende/motta felles e-post ?
- Hva er positivt med denne formen?
- Hva utfordringen med denne formen?

- Hvordan sikre oppfølging eventuelt tilbakemelding ved felles e-post?

6.Hvordan mener du e-post kommunikasjon i arbeidslivet bør/bør ikke være ?

- Hvordan er du selv bevisst på dette når du skriver e-post

Vedlegg 5

Kjøreplan - Fokusgrupper

Sammendrag

Fokusgruppens hensikt er at temaet vil bli satt på dagsorden, deltakerne skal reflektere og bli bevisste på bruk av e-postkommunikasjon. Datainnsamlingen vil danne grunnlag for bacheloroppgaven.

Mål

- Igangsette deltakerne
- Stimulere til diskusjon
- Aktivisere deltakerne
- Aktiv deltakelse
- Innhente data

Gruppestørrelse

- 5 – 6 personer
- Frivillig og aktiv deltakelse
- Gruppe1 – Vertikalt(politiet i Haugesund)
- Gruppe2 – Vertikalt (politiet i Haugesund)
- Gruppe 3 – Horisontalt (Tysvær kommune)
- Gruppe 4 – Horisontalt (Tysvær kommune)

Tidsbruk

4 grupper gjennomføres på to timer hver. Totalt 8 timers gjennomføring.

Materiell

- Deltakerliste
- Kaffe og vann
- PC / prosjektor
- Båndopptaker
- Notatblokk
- Skrivesaker

Krav til rom

- Avskjermet
- Konferansebord
- Gode sittemuligheter

Gjennomføringsrisiko

Lav risiko. Deltakerne får utbytte gjennom refleksjon. Vi får trening i datainnsamling og gjennomføring av fokusgruppe.

Fasilitator

Forberedelse: Forstå gjennomføring av fokusgrupper, klargjøre bakgrunnsmateriale og trene på hvordan fokusgruppen skal utføres. Invitere deltakerne med en kort informasjon om tema. Rettlede deltakerne gjennom prosessen og sortere dataene i etterkant.

Forberedelse deltakerne

Deltakerne møter frivillig og med et åpent sinn.

Prosess

Fase	Tid	Aktivitet
Fase 1	5 min	Åpningsspørsmål – presentasjon av deltakerne
Fase 2	10 min	Introduksjonsspørsmål – presentere tema
Fase 3	25 min	Overføringsspørsmål – vri diskusjonen mot fase 4 Erfaring og bruk
Fase 4	70 min	Nøkkelspørsmål – spørsmål som driver studiet 10 – 20 min pr. spørsmål
Fase 5	10 min	Avslutningsspørsmål –deltakerne noterer i 3-5 min. Runde rundt bordet.
Tidsbruk	120 min	

Vedlegg 6

Intervjuguide II - Fokusgrupper

Fokusgrupper - gjennomføring

Fase 1. - Åpningsspørsmål

- Kort presentasjon
- Presenter deg selv, fortell hvor lenge du har jobbet i politiet /kommunen og hva du jobber med.

Fase 2 – Introduksjonsspørsmål

- Hvor mye av din tid går med til e-postkommunikasjon daglig ?

Fase 3 – Overføringssspørsmål.

- Hvordan bruker du e-post i ditt daglige arbeid ?
- Hva er dine erfaringer med dette ?

Fase 4 - Nøkkelspørsmål

- Hvordan har du opplevd e-postkommunikasjon positivt/negativt ?
- Påvirker e-postkommunikasjon deg personlig, og på hvilken måte kan dette gi utslag på hverdagen for deg og dine kollegaer ?
- På hvilken måte er du bevisst på hvordan e-posten blir utformet , og hva du skriver ?
- Hvordan mener dere en e-post på arbeidsplassen bør være utformet ?

Fase 5 – Avslutningsspørsmål

Skriv ned hva som er viktigst for deg , ut ifra det vi har diskutert .

Deltakerne vil få utlevert notatblokk og skrivesaker. Deltakerne noterer i 3 – 5 min. Runde rundt bordet.

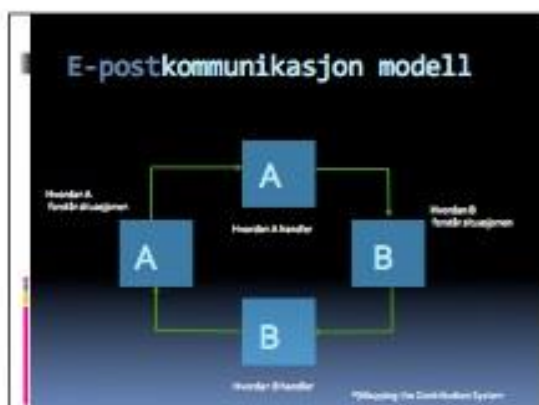
Til slutt ønsker vi tilbakemelding ifra dere.

Er det noe dere synes er viktig som er utelatt i denne diskusjonen ?

Takk for oss !

Vedlegg 7

PowerPoint presentasjon – rekruttering til fokusgrupper



Fokusgrupper

- **Informasjon**
 - En gruppe med personer som har en åpen diskusjon, utveksling av erfaringer og kommentarer hverandres synspunkter rundt et gitt tema.
 - Fokusgruppen estimeres til ca. to timer.
- **Formålet**
 - Bevisstgjøring
 - Innsikt i egen og andres fokus rundt tema
 - Datainnsamling
- **Deltakerne**
 - Bredt spekter for å oppnå best mulig bredde på informasjon
 - Frivillig og aktiv deltakelse

Fokusgrupper

Intervju → Spørsmål → Fokusgruppe

Fokusgrupper

Dere
Satt til spørsmål
Hver for seg
Spørsmål

Oss
Spørsmål
Hver for seg
Spørsmål

Eksempler

- Formell /uformell e-post
- Videre sendt mail
- Samme mail sendt fra flere
- Kilder til misforståelser
- Fremme seg selv
- Herkeselekk
- Emoticon
- CAPSLOCK
- Uflin tone /uformell tone
- Lav terskel for reaksjon
- Forkortelser
 - DKS, PAS, FEICE, GSI
 - POU, UD

Takk for oppmerksomheten !
Takk for oss =)

Vedlegg 8

Fokusgrupper - Invitasjon til avdelingslederne

Invitasjon til fokusgruppe

På hvilke måte kan e-postkommunikasjon påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet ?

I forbindelse med vårt Bachelorstudiet innen LOS (Ledelse, organisasjon og strategi), har vi etter avtale med personalsjef NN fått tillatelse til å invitere deltakere til fokusgruppe.

Deltakerne vil selv bli bevisstgjorte, og være delaktig i en god diskusjon rundt tema.

Fokusgruppen er nøye planlagt og vil bli ledet av min medstudent Fredrik Alvestad og meg selv. Fokusgruppens formål er å bevisstgjøre deltakerne på tema, og samle inn data til bachelorstudiet. Fokusgruppen er estimert til to timer.

Har du noen deltakere som kunne tenke seg å være med ?

Fokusgruppe 1	Mandag 17 februar 2014	Kl.: 09:15 – 11:15
Fokusgruppe 2	Onsdag 19 februar 2014	Kl.: 09:15 – 11:15

Vennligst gi tilbakemelding innen torsdag 30.01.14. Vennligst noter navn på deltaker og dato for deltakelse. Deltakerne vil få en innkalling pr. e-post.

Vi takker for snarlig tilbakemelding, og ser frem til en interessant samling =)

Med vennlig hilsen
Tove Amundsen
og Fredrik Alvestad

Vedlegg 9

Fokusgrupper - Invitasjon til deltakerne

Velkommen til Fokusgruppe

Mandag 17.02.14 på Berit Bjelland rommet – kl.: 09:00 – 11:00.

Dagens tema vil være:

På hvilke måte kan e-postkommunikasjon påvirke det psykososiale arbeidsmiljøet ?

Fokusgruppen vil bli ledet av studentene Fredrik Alvestad og Tove Amundsen.

Det er et ønske at deltakerne:

- Tenker igjennom hvilke påvirkning e-post kan ha på egen arbeidsdag.
- Ta gjerne med eksempler på e-post som på en eller annen måte har påvirket deg og din arbeidsdag.

Datainnsamlingen vil bli ivaretatt konfidensielt.

Deltakerne vil bli anonymisert.

Studentene ønsker å ta fokusgruppemøtet opp på lydbånd for lettere å kunne analysere og systematisere datainnsamlingen.

Båndopptaket vil bli makulert i etterkant.

Med vennlig hilsen

Tove Amundsen

og Fredrik Alvestad

Vedlegg 10

Fokusgruppe 1 til 4 – Det viktigste med e-post for deltakerne

Informant
<ol style="list-style-type: none">1. Å få dokumentert arbeidsoppgaver2. Sende vedlegg / motta vedlegg3. Sende forespørsler som ikke krever umiddelbar svar4. Som arkiv
Informant
<ol style="list-style-type: none">1. Positiv tone2. Konkret / tydelig3. Fullstendig innhold
Informant
<ol style="list-style-type: none">1. Hyggelig og høflig tone2. Vær konkret3. Få tilbakemelding når et oppdrag er utført4. Få tilbakemelding dersom et svar på e-post ikke er klart nok.
Informant
<ol style="list-style-type: none">1. Tydelig budskap i korrespondansen2. God og høflig tone i måten å skrive på3. Sikre nødvendig informasjonsplikt4. Dokumentere viktig informasjons utveksling for ettertid5. Kanal hvor meldinger kommer fram til person som kan være utilgjengelige.
Informant
<ol style="list-style-type: none">1. At det er gjennomtenkt det som skrives2. Respektfull tone3. Vurdering på om det er nødvendig med e-post4. At en har respekt for andre sin tid og arbeidsfelt5. Ikke skrevet i affekt6. Det er lov å kommunisere uten e-post7. En må kunne stå innefor det en har skrevet neste dag.8. Vær varsom med å skrive haster9. Det er lov å sende e-post med hyggelig innhold =)
Informant
<ol style="list-style-type: none">1. Bruk emnefeltet2. Ha en positiv «tone»3. Ikke store bokstaver og utropstegn4. Speile e-posten før en sender den5. Være bevisst på når du sender den Eks.: Om en jobber om kvelden og sender e-post til de ansatte så tror de kanskje at de må svare utenom arbeidstiden.6. Ikke forvente svar umiddelbart

7. Vær høflig om en må purre på svar.
8. Vær bevisst på bruk av rødt flagg og utropstegn

Informant

1. Formelt – men høflig
2. Bruke minst mulig ord, men nok til at en forstår poenget /spørsmålet.
3. Ikke bruke STORE bokstaver og utropstegn unødige
4. Dersom noe virkelig haster bør en heller prøve å få kontakt pr telefon
5. Viktig at e-post blir svart på selv om en sender ut et kort svar der en skriver at en vil ta kontakt senere pr e-post / telefon.
6. Konflikter /uenigheter bør heller tas pr telefon / møte

Informant

Når sender:

1. Tenker gjennom tekst
 - Kan noen bli støtt
 - Kan det misforstås
2. Prøver å formulere klart og tydelig budskapet, så det ikke kan misforstås
3. Tenker gjennom mottakere, hvis flere
4. Bruker e-post som informasjon i avdelingen, for eksempel informere om viktige beskjeder så en vet at en når alle.
5. Tenker ekstra nøye gjennom hvis det er eksternt

Når mottar:

6. Hvis jeg forstår at den som sender meg e-post, ikke helt har forstått - for eksempel en henvendelse fra meg, og det er uvesentlig, svarer jeg ikke igjen – men lar det ligge.
7. Svarer igjen saklig hvis misforståelsen betyr noe for videre saksgang.
8. Begynner ikke å diskutere noe pr. e-post.
9. Sender ikke blindkopi – vil at andre skal se hvem jeg sender til.

Informant

1. E-post – grei, hurtig form for kommunikasjon – dersom en trenger et konkret svar.
2. Telefon kan være ganske tidkrevende
3. Noen sender e-post i stedet for å sende korrekt informasjon først
4. En bør tenke igjennom om det er nødvendig å sende e-post.

Informant

1. Kort og informative e-poster
2. E-postene treng ikke inneholde masse unødvendig informasjon, men nok informasjon til at budskapet er klart for mottaker.
3. Vurdere om en tlf. møte eller tur innom kontoret er mer hensiktsmessig – for å unngå misforståelser for å slippe mange e-poster frem og tilbake.
4. Tenk gjennom hvordan e-posten kan oppfattes av mottaker.
5. Unngå STORE bokstaver, utropstegn, flagg osv.
6. Ikke skriv e-post på/om ting du ikke «kan gå god for» neste dag.
7. Vær tydelig på kva en eventuelt trenger svar på.
8. Bevist bruk av kopimottaker og hovedmottaker.

Informant
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ikke send e-posten dersom en samtale vil være en bedre måte å formidle budskapet/avklare misforståelser. 2. Ikke ekskluderende e-post – bruk av e-post for å holde informasjon bevisst fra mennesker som bør/skal ha den 3. Juster innhold og form i.f.t. mottaker 4. Ikke bruk e-posten til å fremsi kritikk for kritikkens skyld.
Informant
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hold en høflig tone 2. Ikke bruk meil som debattforum 3. Ring istedenfor å sende e-post frem og tilbake mange ganger 4. Ikke masseutsende informasjon om det ikke er nødvendig 5. Begynn gjerne samtalen med fornavn, fordi da er man mye mer mottakelig for ”kritikk” 6. Send e-posten slik du ville mottatt den selv.
Informant
<ol style="list-style-type: none"> 1. At e-posten blir formulert på en slik måte at budskapet kommer rett frem. 2. Unngå kilder til misforståelser <ol style="list-style-type: none"> 1. Ikke sende unødvendig e-post ut. Ikke like viktig for alle – blir full e-postboks. 2. Ønsker å bli oppfattet rett 3. Noen e-poster kan være lite informativt, korte setninger. Må etterspør hva vedkommende egentlig mener. 4. Går i linja, få beskjed fra rette person 5. Ta en telefon istedenfor at det blir e-postkorrespondanse
Informant FG304
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sende e-post med informasjon slik jeg ønsker å motta den 2. Sjekk at alle som skal ha e-posten står på listen 3. Være bevisst på hva som skrives/lese (nøytral) 4. Viderevende relevant info, ikke alt
Informant
<ol style="list-style-type: none"> 1. At det ikke kommer reklame / spam 2. Informativ e-poster som helst ikke er for lange 3. Konstruktiv tilbakemelding via e-post – ok 4. Ros alltid kjekt 5. Morsomheter av og til kan være gøy, men må ikke være for mange – greit innimellom. 6. Greit med e-post for å gi lik informasjon til flere, slik at alle får samme melding
Informant
<ol style="list-style-type: none"> 1. At jeg mottar e-post hvor personen bruker en høflig og formell tone 2. Hvis noen sende en negativ/kritisk e-post, kan de gjerne forklare at tiltak på hvordan problemet kan bedres.

Informant

1. Tydelig intensjon med e-posten
 - Til informasjon
 - Er det en oppgave som skal besvares og av hvem
 - Er det ansett som en formell eller en uformell kommunikasjon
 - Kan det bli brukt som dokumentasjon
 - Hva forventer vi av mottakeren.

Informant

1. Hensikt
2. Persist
3. Tenk over hva en vil oppnå
4. Be eventuelt om tilbakemelding, dersom dette er hva en forventer
5. Unngå e-post om du kan ta det personlig
6. Ikke skriv noe du ikke står inne for.

Informant FG405

1. Bevissthet på hensiktsmessigheten kontra telefon
2. Hvem sender jeg e-post til ? Kontra det jeg oppnår !
3. Bevisst på språket. Muntlig språk i en e-mail kan føre til misforståelser

Vedlegg 11

Kjøreregler

1. Tenk igjennom hvem som er e-postens mottaker

- ❖ Hvem er hovedmottaker, og hvem trenger kopi av e-posten.
- ❖ Navngis en person , sett han/hun på kopilisten.
- ❖ Benytt kun en mottaker i til feltet. Benytt den mottakeren som skal utføre noe med e-posten

2. Bruk kort tekst i emnefeltet

- ❖ Teksten i emnefeltet skal være beskrivende for e-postens innhold.
- ❖ Maksimum 20 tegn.

3. Vedlegg

- ❖ Benytt vedlegg kun ved behov for mer informasjon.
- ❖ Knytt korrekt vedlegg opp til korrekt e-post.

4. Formell eller uformell presentasjon

- ❖ Tenk igjennom innledning, utforming og avslutning.
- ❖ Vær høflig og informativ.

5. Positiv tone

- ❖ En positiv utforming skaper positiv ringvirkning

6. Presenter meldingen kort og konsist.

- ❖ Bruk relevant informasjon
- ❖ Ha en tydelig intensjon med e-postmeldingen.
- ❖ Skriv enkelt og forståelig.
- ❖ Hold deg til tema.

- ❖ Ikke skriv i affekt.

7. Ris og ros

- ❖ Unngå negative tilbakemeldinger.
- ❖ Ros er alltid kjekt.
- ❖ Konstruktive tilbakemeldinger er produktive.

8. Vær bevisst på utformingen

- ❖ Unngå store bokstaver, utropstegn og ufint språk.
- ❖ Tenk igjennom bruk av ulike typer emoticon

9. Speil e-posten

- ❖ Ikke skriv noe du ikke står inne for.
- ❖ Tenk over hva du sender. Send e-posten slik du selv ønsker å motta den.

10. Vurder om e-post er korrekt kommunikasjonsverktøy

- ❖ Kan det svare seg å heller ta direkte kontakt
- ❖ Haster det å få svar på e-posten, ta heller direkte kontakt med mottaker ansikt til ansikt eller pr. telefon.