

BCR3102

Bacheloroppgave

”Digital kommunikasjon på tvers av generasjoner”

- *Fire generasjoners tilnærming til IKT*



FORORD

Denne oppgaven er skrevet som en avsluttende del av studium i HR- og personalledelse ved Høyskolen Kristiania og markerer med dette endepunktet på tre lærerike år. Jeg ønsker i forbindelse med dette å rette en stor takk til betydningsfulle bidragsytere som har medvirket i arbeidet med oppgaven. Da jeg valgte å skrive denne oppgaven alene var støtte fra en god veileder svært verdifullt, jeg vil derfor rekke en spesielt stort takk til veileder Susann Gjerde for engasjement og oppfølging. Samt vil jeg takke informanter for interesse og tillit. Jeg vil videre takke forelesere ved Høyskolen Kristiania for et enormt engasjement, formidlingsevne og kjærighet for faget som uten tvil har resultert i verdifull kunnskap. Dette er jeg trygg på at har gjort meg i stand til å tre inn i arbeidsmarkedet med trygghet og motivasjon. Takket være dere er jeg er stolt av å kunne representere Høyskolen Kristiania ute i arbeidsmarkedet.

Oslo, mai 2017

747973

SAMMENDRAG

I kjølevannet av den teknologiske fremveksten har de seneste generasjonene, henholdsvis Generasjon- Z og Y, vært utsatt for en rekke generaliseringer. Stereotypiene er mange og behandler mangfoldige aspekter, men et sentralt trekk ved dem er at de ofte knyttes til generasjonskohortenes teknologiske tilnærming og påståtte egenskaper. Generaliseringen har videre dannet grunnlag for spekulasjoner som vedrører senere og tidligere generasjonenes antatte ulike tilnærminger til informasjon- og kommunikasjonsteknologi i arbeidslivet. Kunnskap om hvordan ulike generasjoner tilnærmer seg informasjon- og kommunikasjonsteknologi samt hvordan de forholder seg til implementering av nye systemer kan representere et svært gunstig verktøy i møtet med et svært konkurransepreget marked.

Denne forskningsoppgaven har til hensikt å avdekke hvilke faktorer som preger teknologisk tilnærming og hvorvidt generasjonstilhørighet faktisk kan forklare motstand. På bakgrunn av dette har jeg valgt å intervju personer som har erfaring med informasjon- og kommunikasjonsteknologi i en bedrift med et bredt aldersspenn. I denne oppgaven er informantenes navn anonymisert, men deres alder og dermed generasjonstilhørighet er identifiserbar. Årsaken til dette er for å bedre kunne undersøke hvorvidt generasjonstilhørighet kan tilnærming til informasjon- og kommunikasjonsteknologi.

Sentrale funn fra analysen antyder at generasjonstilhørighet negativt korrelerer med motstand til informasjon- og kommunikasjonsteknologi. Individuelle forhold som berører personlighet og rolle ser ut til å ha en større innvirkning på fenomenet. Det bør dog understrekes at resultatene presentert i denne oppgaven ikke har til hensikt å representere fasit på hvilke faktorer som påvirker motstand til implementering av informasjon- og kommunikasjonsteknologi og dermed ikke nødvendigvis avskriver generasjonstilhørighet som mulig faktor. Resultatene bør heller betraktes som en utfordring til generaliserende teorier om generasjonstilhørighet og fungere som et utgangspunkt for videre forskning.

INNHold

| | |
|---|----|
| 1.0 INTRODUKSJON | 6 |
| 1.1 Formål | 7 |
| 1.2 Problemformulering | 7 |
| 1.2.1 Avgrensning | 7 |
| 1.3 Oppgavens disposisjon | 8 |
| 2.0 TEORETISKE REFERANSERAMMER | 8 |
| 2.1 Intern kommunikasjon | 9 |
| 2.1.1 Informasjons-og kommunikasjonsteknologi | 10 |
| 2.1.2 Implementering av IKT | 11 |
| 2.2 Generasjoner | 11 |
| 2.2.1 Digitale immigranter versus digitale innfødte | 12 |
| 2.3 Intelligens | 14 |
| 2.3.1 Krystallisert versus flytende intelligens | 15 |
| 2.4 Generasjonstilhørighet og teknologisk tilnærming | 15 |
| 3.0 METODE | 16 |
| 3.1 Kvalitativ metode | 17 |
| 3.2 Forskningsdesign | 17 |
| 3.2.1 Grouded Theory design | 17 |
| 3.3 Utvalgsstrategi | 18 |
| 3.3.1 Utvalgsstørrelse | 19 |
| 3.3.2 Rekruttering av informanter | 20 |
| 3.4 Datainnsamling, organisering og analyse av data | 21 |
| 3.4.1 Det åpne individuelle intervjuet | 21 |
| 3.5 Evaluering av data | 22 |
| 3.6 Feilkilder | 24 |
| 4.0 EMPIRISK ANALYSE | 25 |
| 4.1 Funn | 25 |
| 4.1.1 "Jeg er ikke sosial, enkelt og greit. Det er bare sånn jeg er." | 25 |

| | |
|---|----|
| 4.1.2 "Det er jo ikke alle som er like åpne for nye ting"..... | 27 |
| 4.1.3 "Det er de type kanalene jeg ikke trenger for å utføre jobben min."..... | 28 |
| 4.1.4 "Som leder er jeg nødt til å kommunisere via de rette kanalene."..... | 30 |
| 4.2 Kategori matrise..... | 31 |
| 5.0 DISKUSJON | 34 |
| 5.1 Personlighet..... | 35 |
| 5.1.1 Grad av ekstroversjon..... | 36 |
| 5.1.2 Grad av åpenhet..... | 37 |
| 5.2 Rolle..... | 37 |
| 5.2.1 Funksjon..... | 37 |
| 5.2.2 Posisjon..... | 38 |
| 5.3 Kategoriernes egenskaper og verdier..... | 38 |
| 5.4 Individuelle forhold..... | 40 |
| 5.5 Overordnet modell..... | 41 |
| 6.0 AVSLUTNING | 42 |
| 6.1 Konklusjon..... | 43 |
| 6.2 Metodiske svakheter..... | 43 |
| 6.3 Videre forskning..... | 44 |
| 3.0 LITTERATURLISTE | 45 |
| Figur 1: Generasjons inndeling..... | 13 |
| Figur 2: Fasene i Grounded Theory..... | 18 |
| Figur 3: Kategori hierarki..... | 35 |
| Figur 4: Relasjonen mellom kategoriene..... | 40 |
| Figur 5: Relasjonen mellom underkategoriene..... | 41 |
| Figur 6: Overordnet teoretisk modell..... | 42 |
| Tabell 1: Kategori matrise..... | 34 |
| Tabell 2: Kategoriernes egenskaper og verdier..... | 39 |
| VEDLEGG: I: Intervjuguide, II: Statistikk (aldersfordeling, TusenFryd AS), III: Transkribering | |

1.0 INTRODUKSJON

Fremveksten av informasjons- og kommunikasjonsteknologi har i løpet av relativt kort tid bidratt til enorme omveltninger i måten vi kommuniserer, lærer og samhandler på. Moderniseringen har medført et nærmest uendelig mangfold av muligheter. For virksomheter innebærer dette nye og mer effektive måter å kommunisere på. Kommunikasjon og informasjonsutveksling kan på bakgrunn av utviklingen foregå hurtig og ressurseffektivt, hvilket i sin tur muliggjør geografisk spredning og internasjonalisering av virksomheter. På en side skaper moderniseringen merverdi i forhold til ressurs- og gevinstrealisering. På en annen side bidrar den hurtige utviklingen til en rekke utfordringer i forhold til intern kommunikasjon, spesielt med hensyn til de ulike generasjonene som per i dag opererer under samme tak med henholdsvis ulik teknologisk kompetanse. Teoretikere hevder at variasjonen mellom generasjonene er såpass vesentlige at ledere vil bli nødt til å endre kommunikasjon og lederstil dersom de skal kunne kapitalisere på de seneste generasjonskohortene (Anderson, et al. 2016). Det er rimelig å anta at variasjonen mellom generasjonene vil kunne representere utfordringer under implementeringen av ny informasjon- og kommunikasjonsteknologi.

I takt med utviklingen blir kunnskap om intern kommunikasjon via informasjon- og kommunikasjonsteknologi mer og mer verdifullt. Kommunikasjon kan ifølge forskning ha en direkte og indirekte effekt på gruppe- og organisasjonsytelse (Greenbaum og Query 1999). Brist i kommunikasjon er en av hovedårsakene til blant annet lav produktivitet i organisasjoner (Kaufmann og Kaufmann 2014, 289-290). Utviklingen tilsier at den teknologiske framgangen kun vil ekspandere med tiden. Samtidig viser statistikken at nordmenn pensjonerer seg senere enn før (NAV 2016). I takt med dette er Generasjon Z på vei inn i arbeidsmarkedet. Dette innebærer at stadig flere generasjoner vil arbeide under samme tak. Implisitt vet vi at en leder som evner å imøtekomme eventuelle utfordringer på tvers av de ulike generasjonene vil kunne formidle informasjon og beskjeder mer effektivt. Kunnskap om informasjon- og kommunikasjonsteknologi i lys av den mangfoldige arbeidskraften vil dermed være svært relevant for ledelse av de menneskelige ressursene (jf. HRM) i dagens samt fremtidens arbeidsmarked.

1.1 Formål

Det snakkes og skrives mye om generasjonsforskjeller i dagens samfunn. Det avholdes kurser og konferanser, det selges bøker og det skrives artikler. I lys av den teknologiske nyvinningen de 10 årene samt ønske om at de ansatte skal stå lengre i yrkeslivet aktualiseres det påståtte skillet mellom generasjonene ytterligere. Hvordan oppleves stadige nye teknologiske plattformer for de som ble født inn i en analog verden? Benytter de ulike generasjonene seg ulikt av mulighetene som finnes? Regnes den teknologiske revolusjonen som en ressurs eller et onde? Hvis det finnes forskjeller skyldes det da generasjonstilhørighet eller er det andre variabler som kan forklare forskjellene. Det faktum at så mange ulike aldergrupper arbeider sammen reiser en rekke interessante problemstillinger. Denne oppgavens overordnede formål er å utforske informasjon- og kommunikasjonsteknologi i lys av generasjonstilhørighet. Videre skal undersøkelsen forsøke å avdekke hvorvidt generasjonstilhørighet preger holdninger og motstand til implementering av ny informasjon- og kommunikasjonsteknologi. Formålet er videre å danne innsikt i hvilke faktorer som kan påvirke implementering av informasjon- og kommunikasjonsteknologi for dermed øke kunnskapen rundt temaet.

1.2 Problemformulering

Med basis i fordypningsemnet er følgende problemstilling formulert:

”Hvordan opplever ulike generasjoner implementering av nye IKT systemer?”

1.2.1 Avgrensning

På bakgrunn av aktualitet i forbindelse med dagens arbeidsmarked er generasjonene som omtales avgrenset til fire ulike grupper, henholdsvis Generasjon Z, Generasjon Y, Generasjon X og Baby Boomers. Avgrensningen bygger videre på personer som benytter seg informasjons- og kommunikasjonsteknologi i forbindelse med primært intern kommunikasjon.

På bakgrunn av begrensede omfang og ressurser er undersøkelsen geografisk avgrenset da den kun tar for seg en organisasjon i det norske arbeidsmarkedet, henholdsvis TusenFryd AS.

TusenFryd AS er en fornøylespark bestående av 724 sesongansatte og eies av det spanske firmaet Parques Reunidos S.A. Blant de ansatte er om lag 58% under 18 år og 42% over 18 år med et aldersspenn fra ca. 14 til 60 år (se vedlegg II). For å styrke undersøkelsens totale gyldighet er organisasjonen som representerer utvalget selektert på bakgrunn av ulike kriterier. Blant annet er organisasjonen preget av stor aldersvariasjon i arbeidsstab, hvilket gir tilgang til de respektive generasjoner. Det er imidlertid ikke slik at bedriften er unik i seg selv vedrørende brede aldersforskjeller i arbeidsstab, dette gjelder i stor grad også andre organisasjoner og bedrifter i Norge grunnet at folk står lengere i arbeid. Videre har organisasjonen nylig gjennomgått implementering av et nytt informasjon- og kommunikasjonsteknologi system hvilket gjør organisasjonen relevant i forbindelse med temaet.

1.3 Oppgavens disposisjon

Oppgaven er oppdelt i seks kapitler, hvorav de første kapitlene tar for seg introduksjon til forskingsområdet, problemstilling og teoretiske referanserammer knyttet til temaet. Kapittel 3 viser en oversikt over gangen i forskingen samt metodiske valg foretatt i forbindelse med undersøkelsen. Kapittel 4 inneholder en oversikt over funn samt analyse. Funn fra analyse og teori danner videre grunnlag for drøfting i kapittel 5. Det er verdt å merke seg at dette kapittelet, i tråd med benyttet forskingsdesign (jf. Grounded Theory), inkluderer teorier som er et resultat av forskingen. Det vil i løpende tekst vises til selvkonstruerte modeller og tabeller for ytterligere demonstrasjoner av funn. Avsluttende kapittel tar for seg konklusjon, forslag til videre forskning samt vurdering av metodiske svakheter i forbindelse med forskingen.

2.0 TEORETISKE REFERANSERAMMER

Det finnes per dags dato lite empiri, teori og forskning som behandler informasjons- og kommunikasjonsteknologi i forbindelse med generasjoner. Det kan synes underlig at det er forsket såpass lite på hvilken effekt den teknologiske nyvinningen medfører i form av endrende samspillmønstre, kommunikasjonsutveksling og jobbtilfredshet for å nevne noen faktorer. Teorien som presenteres i dette kapittelet vil derfor hovedsakelig skildre informasjons- og kommunikasjonsteknologi i organisasjoner samt generasjoner på et generelt plan. Avslutningsvis

i dette kapittelet vil forventinger til funn basert på teoretiske referanserammer framstilles (se delkapittel 2.4: Generasjonstilhørighet og teknologisk tilnærming).

2.1 Intern kommunikasjon

Dagens marked stiller stadig krav til organisasjoners endring- og tilpasningsevne. Dersom bedrifter ikke evner å tilpasse seg omgivelsene i tide kan det få konsekvenser for fremtidig virke. Hurtige endringer forutsetter effektiv kommunikasjon. Effektiv kommunikasjon representerer med dette et vesentlig konkurranseverktøy. Organisasjoner som evner å bruke dette verktøyet vil dermed kunne styrke sin posisjon i et svært konkurransepreget marked. Jacobsen og Thorsvik (2013, 278-279) beskriver kommunikasjon internt i bedrifter som selve limet som holder organisasjonen sammen, danner grunnlag for beslutninger og læring, og skaper mening og samhold. Videre heter det at ny teknologi har endret arbeidsformens karakter og måten medlemmene arbeider og samhandler på. Som et resultat av dette er effektiv kommunikasjon blitt et viktig fundament i velfungerende organisasjoner.

Kommunikasjon er selve grunnlaget for utvikling og tilpasning. Kommunikasjon er med andre ord den viktigste prosessen i enhver organisasjon da den er avgjørende for intern integrasjon og ekstern tilpassing. Kommunikasjon har flere kritiske funksjoner internt i organisasjoner, blant annet da den blant annet formidler informasjon, legger grunnlaget for planlegging, formulerer og artikulere mål, styrer og koordinere atferd, bygger relasjoner, utvikler kultur, kobler organisasjoner sammen i nettverk og presenterer organisasjonen for omgivelsene (Jacobsen og Thorsvik 2013, 278-279).

I løpet av noen få ti-år har samfunnet gjennomgått en omfattende endring i måten vi kommuniserer og samhandler med hverandre på. I begynnelsen av 1970-tallet var verden i ferd med å endre seg i en enorm hastighet. Det første nettbaserte systemet ga et fåtall av befolkningen med datautstyr og tilgang til telefonlinjer muligheten til å kommunisere digitalt og lese nyheter på nettet. E-post ble omsider en del i kommunikasjonen tidlig på 80-tallet. Internett debuterte i begynnelsen av 90-tallet med brukervennlige nettlesere, portaler, søkemotorer og ved årtusenskiftet ble de første sosiale nettverkene introdusert. Dette tidsrommet representerer den så langt raskeste perioden med teknologisk transformasjon noensinne og betegnes ofte som *den digitale revolusjon* (Palfrey og Gasser 2008, 1-17).

Mest bemerkelsesverdig er imidlertid hvordan den digitale utviklingen har endret måten virksomheter og dets medarbeidere samhandler med hverandre og omverden på. Organisasjoner kan for eksempel kommunisere hurtigere og over større avstander nærmest kostnadsfritt, hvilket medfører enorme muligheter for internasjonale selskaper og økende globalisering (Jacobsen og Thorsvik 2013, 287-289). Implisitt vet vi at dersom organisasjoner evner å benytte nyvinningene vil de kunne stille sterkere i et utsatt og konkurransepreget marked.

2.1.1 Informasjons-og kommunikasjonsteknologi

Et essensielt trekk ved moderne intern kommunikasjon bunner i utviklingen av informasjons- og kommunikasjonsteknologi. Informasjons- og kommunikasjonsteknologi, herav IKT, er et begrep som omfatter teknologi for innsamling, lagring, overføring og presentasjon av informasjon (Jacobsen og Thorsvik 2013, 278-279). IKT har skapt mange nye kommunikasjonskanaler med basis i datamaskiner og telekommunikasjon. Ifølge Kaufmann og Kaufmann (2014) medfører nyvinningene flere muligheter for å blant annet øke produktivitet i bedrifter (Kaufmann og Kaufmann 2014, 298-90). Kunnskap om IKT vil dermed danne et konkurransefortrinn for bedrifter dersom de evner å unytte mulighetene teknologien tilbyr.

Fremveksten av elektronisk informasjons- og kommunikasjonsteknologi har ikke bare endret måten kommunikasjon fungerer på i organisasjoner. IKT har også medført endring for den enkelte medarbeider gjennom raske endringer, faren for over-kommunikasjon, utvikling av subkultur, og ved at bruken av elektronisk kommunikasjon og sosiale medier visker ut grensen mellom jobb og privatliv (Jacobsen og Thorsvik 2013, 284-287). Kunnskap om slike fallgruver kan representerer en vesentlig egenskap blant personalledere og andre som har ansvar for kommunikasjon i organisasjoner.

IKT muliggjør effektiv kommunikasjon uten fysiske møter, hvilket gir anledning til geografisk spredning av virksomheter. Dette medfører imidlertid krav til koordinering og kommunikasjon (Jacobsen og Thorsvik 2013, 278-279). Samtidig er det rimelig å anta at dette videre stiller krav til de som benytter seg av verktøyene, henholdsvis medarbeiderne. Dersom medarbeiderne ikke

benytter teknologien vil ikke verktøyet lenger være hensiktsmessig, tvert i mot kan det medføre en økonomisk belastning da implementeringen i seg selv utgjør en kostnad for organisasjonen.

2.1.2 Implementering av IKT

Det kan foreligge flere årsaker til grunn for at organisasjoner ønsker å implementere nye teknologiske systemer og plattformer for informasjon og kommunikasjonsutveksling. Det kan for eksempel handle om effektivisering i arbeidsflyt eller kvalitetsheving. I hvilken grad implementering av nye teknologiske plattformer er vellykket eller ikke vil avhenge av hvordan brukerne forholder seg til det nye verktøyet. I forbindelse med dette kan det i den sammenheng være interessant å studere eventuell motstand i forbindelse med implementeringen av nye systemer da det kan gi årsaksforklaringer på hvorfor implementering ikke får ønsket effekt. Med henhold til Lapointe og Rivard (2005) er motstand i forbindelse med implementering av nye systemer reaksjoner i form av støy og ubehag som kan påvirke prosessen. Studier på området har vist at motstand uttrykkes i form av *motstandsattferd*, som kan komme til manifestere på ulike måter. Forskning har påvist at motstandsattferd kan klassifiseres langs ulike nivåer: 1) *apati* i form av mangel på interesse og inaktivitet i forhold til implementeringen, 2) *passiv motstand* som manifesteres i form av misnøyde, 3) *aktiv motstand* i form av at de ansatte unnlater å benytte seg av det nye systemer, og 4) *aggressiv motstand*, i form av streik eller lignende (Lapointe og Rivard 2005, 464). Med dette vet vi at motstand kan vanskeliggjøre implementering av nye teknologiske systemer. Kunnskap vedrørende hvilke faktorer som kan fremkalle motstand blant ansatte kan derfor være svært verdifullt og nyttig i forbindelse med implementering av nye IKT systemer.

2.2 Generasjoner

Generasjonsmangfoldet på arbeidsplassen er et faktum som angår mange bedrifter i dagens arbeidsmarked. Flere arbeidstakere velger å pensjonere seg senere i livet samtidig som Generasjon Z er på god vei inn i arbeidsmarkedet. Situasjonen medfører et bredt aldersspenn i arbeidsstaben hvilket trolig kan medføre både fordeler og ulemper i forbindelse med intern kommunikasjon. Litteraturen framstiller en rekke spekulasjoner vedrørende Generasjon Y i arbeidslivet, eller *Millennials* som de ofte refereres som. Spekulasjonene omhandler videre hvordan generasjonens atferd, holdninger, verdier og kommunikasjonsmønstre kan påvirke andre

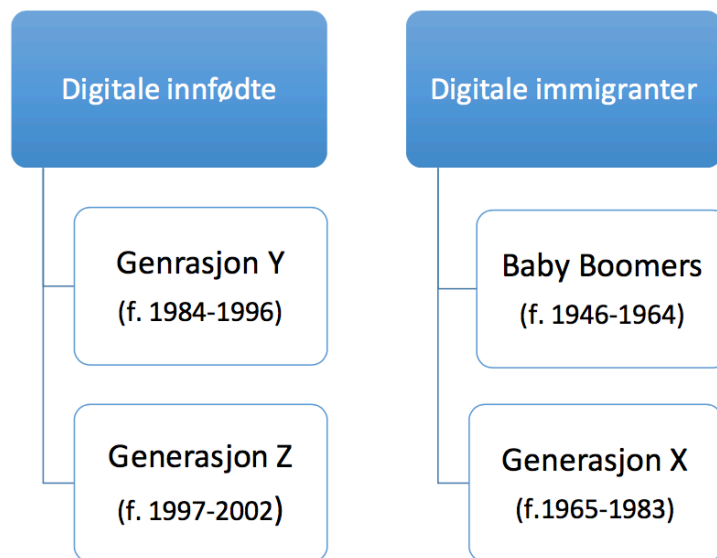
organisasjonsmedlemmer. I hovedsak fokuserer spekulasjonene på bekymringer om hvorvidt Millennials vil evne å skape funksjonelle samarbeidsforhold med eldre medarbeidere for å nå organisatoriske mål (McGuire, By og Hutchings 2007). Forsking har påpekt at den yngre generasjonen foretrekker å bruke teknologisk- eller tekstbaser kommunikasjon (Pearson, et al. 2010). Forskning har ytterligere påpekt forskjeller i holdninger og verdier mellom Generasjon Y, Generasjon X og Baby Boomers som kan skape avvikende forventninger til arbeidslivet (Twenge, et al. 2010, 11126-1133). Samtidig er noe av spekulasjonene optimistisk betonet. I følge slike perspektiver blir den yngre generasjonens evne til å blant annet å anvende avansert IKT framhevet. Videre heter det at den yngre generasjonens relasjon til teknologi vil kunne representere potensielt gode egenskaper knyttet til IKT i organisasjoner (Myers og Sadaghiani 2010, 231-232). Teorien er i tråd med Anderson et al. (2016, 9-12) om at de yngre generasjonene vil være lettere disponert til å kunne utnytte teknologiske muligheter og i sin tur påvirke positive organisatoriske utfall. Deal, Altman og Robelberg (2010, 191-199) hevder videre at årsaken til dette er at de yngre generasjonene har blitt eksponert tidligere for teknologi og dermed mer teknologisk anlagt.

2.2.1 Digitale immigranter versus digitale innfødte

Fire ulike generasjoner er blitt studert i forbindelse med denne undersøkelsen. Henholdsvis Generasjon Z, Generasjon Y, Generasjon X og Baby Boomers. Det foreligger uenigheter blant forskere om hvilke konkrete årstall som skiller en generasjonene. Noen teoretikere mener at skillene mellom generasjonene ikke handler om objektiv fakta og stadfestede grenser. Grensene bør ifølge teorien vurderes etter den kontinuerlige samfunnsutviklingen (Ng, Lyons og Schweitzer 2012, xvii-xxii). Teorien antyder at det på bakgrunn av dette vil være kulturelle forskjeller mellom grensene fra generasjon til generasjon i ulike samfunn. Videre heter det at generasjonene likevel tradisjonelt sett skilles ved fødselsår. På bakgrunn av dette har jeg besluttet å blant annet forholde meg til en rapport fremstilt av Universum der følgende årsgrenser blir presentert; Generasjon Z (født 1997-2002), Generasjon Y (født 1984-1996), Generasjon X (født 1965-1983) (Universum 2017, 2). Rapporten er svært relevant i forbindelse med denne undersøkelsen på bakgrunn av blant annet publiseringsdato (jf. 2017) og rapportens utvalg (bla. nordmenn). Kohorten før Generasjon X nevnes ikke i Universums rapport, men ifølge Ng, Lyons og Schweitzer er denne kohorten født mellom 1946-1964, såkalte Baby Boomers og danner

grunnlag for fjerde kohort jeg har til hensikt å undersøke (Ng, Lyons og Schweitzer 2012, 3-4).

Generasjonen kan videre samles under følgende samlebegreper, såkalte *digital natives* og *digital immigrants* (Palfrey og Gasser 2008, 1-17). Ifølge Palfrey og Gasser skiller vi mellom digital natives og digital immigrants, herav digitale innfødte og digitale immigranter. Videre heter det at alle som er født omtrent etter 1980 regnes som digitale innfødte, det vil si Generasjon Y og Z ifølge Universum. Resten regnes som digitale immigranter (Universum 2017, 2).



Figur 1: Generasjons inndeling

Digital natives, eller digitalt innfødte, er ifølge Palfrey og Gasser (2008, 1-17) født underveis eller etter den digitale revolusjonen, det vil si da digitale teknologier for første gang kom på nett. Kjennetegnene deres er at de alle har og har alltid hatt tilgang til nettverksbaserte digitale teknologier og de besitter i mer eller mindre grad ferdighetene til å bruke disse teknologiene. Sentrale aspekter ved livene deres, som aktiviteter og sosiale samspill, formidles i aller høyeste grad via teknologi. Livsstilen deres er i høy grad preget av hurtig kommunikasjon på teknologiske plattformer og enkel tilgjengelighet til mobil, data og nettbrett. De er mer tilbøyelige til å sende en direkte melding enn å plukke opp telefonen for å planlegge et møte. En digitalt innfødt har aldri kjent noen annen virkelighet enn den teknologiske. De lever store deler av livet på nettet og har alltid lært digitalt. Digitalt innfødte kan tilsynelatende lære å bruke et

nytt program på et øyeblikk. De er positivt innstilt til ny teknologi og er opptatt av å være oppdatert på det aller siste av teknologiske nyvinninger (Palfrey og Gasser 2008, 1-17). Det er med dette rimelig å anta at det er vesentlige forskjeller på og innstilling til måten digitale innfødte og tidligere generasjoner tilnærmer seg teknologi. De ulike forutsetningene blant arbeidstakerne reiser flere viktige problemstillinger og spørsmål, blant annet hvordan den enkelte bedrift eller organisasjon forholder seg til og resonerer med hensyn til bruk av intern kommunikasjon i organisasjoner med store aldersforskjeller.

I motsetning til de fleste digitale immigranter betrakter de digitale innfødte, digital identitet og reel identitet som en og samme ting og har sjeldnere behov for å skille mellom disse. Det hevdes at de knytter seg til en felles praksis som innebærer en konstant tilgjengelighet på nett, en såkalt modernisert måte å kommunisere på blant annet via med språk som formidles i form av forkortelser og annen sjargong, samt et unikt mønster i sitt bruk av teknologi for å få tilgang til og bruke informasjon og skape nye kunnskaper på (Palfrey og Gasser 2008, 1-17). I motsetning til digitale innfødte, er digital immigranter, eller *digitale immigranter* født før den digitale revolusjon. Digitale immigranter kjennetegnes ved at de ble født i en analog verden. Mange kan oppleve det vanskelig å følge med i den evige utviklingen den tekniske revolusjonen innebærer. Det finnes i dag flere arbeidstakere som knapt hadde tilgang til hjemmetelefon og farge TV. I den sammenheng er det naturlig å tenke seg at det vil kreve mer av kognitive ressurser for å forstå og prosessere stadig nye teknologiske utfordringer. I motsetning til digitalt innfødte er den endrede naturen i samhandling lært atferd og ikke medfødt natur for immigranter. Tidligere generasjoner (jf. digitale immigranter) har ifølge teorier lært å bruke digital kommunikasjon sent i livet hvilket innebærer en vesentlig forskjell i holdninger, ferdigheter og kommunikasjonsmønstre (Palfrey og Gasser 2008, 1-17). Teorien demonstrerer et tydelig skille mellom generasjoner. I lys av teorien framstilt av Palfrey og Gasser (2008) er det nærliggende å anta at generasjonstilhørighet vil prege hvordan og i hvilken grad personer tilnærmer seg teknologi. Det innebærer at generasjonstilhørighet sannsynligvis kan forklare ulike holdninger i forbindelse med implementering av nye IKT systemer i organisasjoner med betydelige aldersspenn.

2.3 Intelligens

I et organisatorisk perspektiv kan studier om intelligens og kognitive funksjoner gi verdifull

innsikt vedrørende hvordan medlemmene i en organisasjon tilegner seg informasjon. Intelligens er evnen til å tilegne seg kunnskap, tenke og resonere effektivt samt tilpasse seg miljøet (Passer, et al. 2009, 433). Kognitive funksjoner påvirker evnen til tenkning, intellektuelle og mentale prosesser som for eksempel innlæring, hukommelse, utføring og gjennomføring av oppgaver. Det kan være interessant å studere intelligens i samsvar med generasjonstilhørighet da forskning har vist at hjernen utvikler seg i samsvar med alder, noe som antyder at yngre- og eldre generasjoner vil ha ulike måter å prosessere informasjon på. Dersom generasjonstilhørighet skulle være et reelt argument som innebærer ulik teknologisk tilnærming kan forskning på intelligens forklare årsaken til skillet. Det er imidlertid viktig å merke seg at denne typen forskning i likhet med annen bør ivareta kjønnsforskjeller, kulturell bakgrunn, personlighet og individuelle forskjeller.

2.3.1 Krystallisert versus flytende intelligens

Med henhold til Cattell og Horns modell for intelligens utvikler vi oss gjennom livet fra primært å benytte flytende intelligens til å bli gradvis mer avhengig av krystallisert intelligens. Det vil si at hjernen gradvis utvikler seg fra induktiv resonering og kreativ problemløsning til problemløsning basert på tidligere lært informasjon (Passer, et al. 2009, 439-441). Med andre ord har hjernen i følge dette lettere for å tilegne seg ukjente plattformer i ung alder. Teorien om krystallisert og flytende intelligens understøtter i så fall Anderson et al. (2016, 9-12) teori om at den yngre generasjonene vil kunne være lettere disponert til å kunne utnytte teknologiske muligheter som til enhver tid foreligger og utvikler. Dersom dette medfører riktighet er det på bakgrunn av overnevnte rimelig å anta at det i større grad er nærliggende for en Generasjon Z å forstå og ta i bruk en ny applikasjon enn det vil være for en Baby Boomer.

2.4 Generasjonstilhørighet og teknologisk tilnærming

Overnevnte teori antyder en sammenheng mellom generasjonstilhørighet og tilnærming til teknologi. Det kan på bakgrunn av dette være rimelig å anta at det foreligger en sammenheng mellom generasjonstilhørighet og ulik tilnærming til og bruk av tilgjengelig IKT. Det vil med bakgrunn i overnevnte trolig være sammenheng mellom tidligere generasjoner, henholdsvis digitale immigranter, og motstandsattferd i forbindelse med implementering av nye teknologiske

systemer. Dersom forventningene stemmer overens med funn vil man kunne forstå motstand som et sentralt begrepet i sammenheng med generasjonstilhørighet.

3.0 METODE

Dersom empirisk forskning skal kunne danne grunnlag for gyldige teorier forutsettes det at datamaterialet er innhentet i tråd med en rekke bestemte regler og prosedyrer. Dette settet med regler og prosedyrer utgjør metode. Ifølge forskningslitteraturen forteller metode oss hvilken fremgangsmåte som anses som mest hensiktsmessig for å utforske en problemstilling, løse problemer eller komme frem til ny kunnskap (Askheim og Grenness 2008, 65). For at samfunnsforskere skal kunne være i stand til dette forutsettes det en rekke krav til selve forskningsprosessen. Den samfunnsvitenskapelige metodelæren introduserer en rekke forskningsmetoder som på ulike måter gir veiledning for studier av fenomener. Dette omhandler på hvilken måte forskeren skal gå fram for å bekrefte eller avkrefte hvorvidt våre antakelser er i samsvar med virkeligheten eller må forkastes. Metode handler om hvordan vi samler inn, analyserer og tolker data på (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 25-26). I den forbindelse er det svært utslagsgivende for kvaliteten på resultatene hvorvidt vi har valgt den metoden som er best egnet for det fenomenet eller området som skal undersøkes.

En svært viktig avveielse forskeren må ta stilling til ved studier av samfunnsvitenskapelige fenomener er valg av metode. Metodelæren skiller i den forbindelse mellom to hovedtilnærminger; kvalitative og kvantitative metode. Ifølge faglitteraturen er kvantitativ tilnærming særlig hensiktsmessig i studier der forskerens formål er å kartlegge utbredelse. En kvantitativ tilnærming er svært gunstig i forbindelse med studier av store utvalg, for eksempel populasjoner, der forskeren ønsker å undersøke sammenhenger og tendenser i en større sammenheng (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 241-242). Kvalitativ metode handler i større grad om å forstå fenomener i forhold til kvalitet og egenskaper ved det som studeres, for eksempel hva og hvorfor noe er som det er. Kvalitativ tilnærming er ifølge metodelitteraturen hensiktsmessig dersom det finnes lite eller ingen forskning på fenomenet fra før (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 27-28).

3.1 Kvalitativ metode

Metodevalget i forbindelse med denne forskningsoppgaven er et resultat av flere sentrale elementer. Et svært viktig moment er hvorvidt metoden er egnet for å besvare problemstillingen. Formålet med denne forskningsoppgaven er å studere fire ulike generasjoners tilnærming til IKT. Videre skal oppgaven studere hvorvidt generasjonstilhørighet kan forklare motstandsattferd. Jeg ønsker å gå i dybden på noen få informanter og hvordan de tilnærmer til IKT på arbeidsplassen. Da det som tidligere nevnt foreligger lite forskning på dette området er det nærliggende å velge en kvalitativ tilnærming.

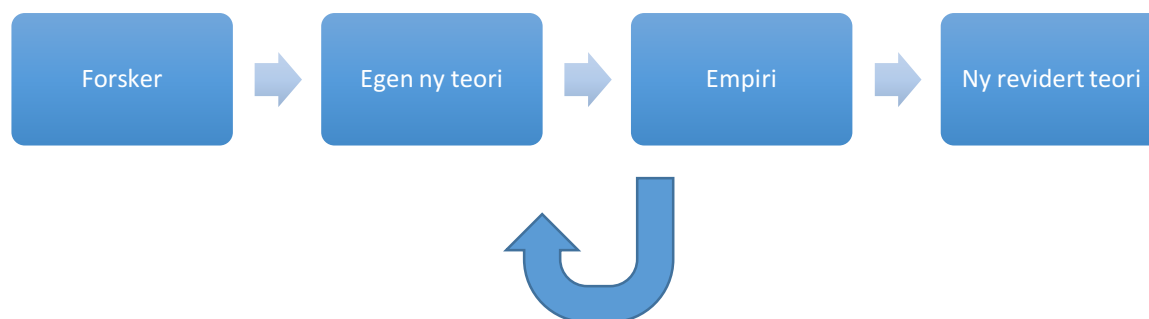
3.2 Forskningsdesign

Formålet med forskningsoppgaven er å danne en inngående innsikt i et emne det finnes lite forhåndskunnskap om, dette innebærer et behov for fleksibilitet i undersøkelsen. Kvantitative og kvalitative forskningsdesign er forbundet med en rekke retningslinjer forskeren skal forholde seg til, dog gir kvalitative forskningsdesign rom for en viss fleksibilitet. Det vil si at valgene som gjøres i forbindelse med forskningen ikke er like rigide og bindene. Dette betyr imidlertid ikke at forskeren er fritatt fra avgjørelser vedørende hva undersøkelsen skal fokusere på, *hvem* som er aktuelle informanter, *hvor* undersøkelsen skal gjennomføres, og *hvordan* den skal utføres. Dette gir imidlertid forskeren til en viss grad anledning til å gjøre endringer underveis i prosessen, hvilket gir empirien rådighet til å styre prosessen framfor teorien (Askheim og Grenness 2008, 65-67).

3.2.1 Grounded Theory design

På bakgrunn av overnevnte avsnitt samt forskningsoppgavens formål vil det være nærliggende å benytte et *eksplorativt*, eller utforskende, forskningsdesign (Askheim og Grenness 2008, 68-69). Da emnet er lite forsket på, og problemformuleringen er åpen og undersøkende, er det rimelig å anta at nye teorier vil oppstå underveis i forskningen. Med denne antagelsen som basis kan det videre være hensiktsmessig å benytte Grounded Theory, eller empiribasert teoriutvikling.

Metoden handler om å utvikle teori med basis i empiri (Corbin og Strauss 2008, 1). I henhold til designet argumenterer man for at forskeren i større grad skal kunne bruke sin egen intellektuelle kreativitet og fantasi til å utvikle teorier innenfor et bestemt område, basert på empiri (Askheim og Grenness 2008, 74-75). Det vil si at datamaterialet som forskeren innhenter vil danne grunnlaget for utviklingen av nye teorier. I tråd med Askheim og Grenness (2008) påpeker Johannesen og Tufte (2016, 181-184) verdien av å gi empirien mulighet til å forme terrenget og ikke omvendt. På denne måten reduserer man risikoen for at teorien blir styrende for hva forskeren ser etter (Askheim og Grenness 2008, 65-67). Modellen fremstilt under demonstrerer denne prosessen i ulike faser. I første omgang tar forskeren utgangspunkt i et avgrenset fenomen. Deretter innhenter hun sin første informant basert på fenomenet som skal studeres (jf. teoristyrte utvalgsdesign). Videre i prosessen samler hun inn data, organiserer den og analyserer den parallelt i en og samme prosess. Dernest velger hun neste informant for deretter analysere datamaterialet basert på første informant. Når neste informant gir lite eller ingen ny informasjon har forskningen nådd teoretisk metning og analysearbeidet kan avsluttes. Avslutningsvis sammenligner forskeren egen teori med eksisterende litteratur på området (Johannesen, Tufte og Christoffersen 2016, 184-187). På denne måten får empirien mulighet til å styre teorien. Modellen nedenfor er en rekonstruksjon av Askheim og Grenness figur (2008, 74-75).



Figur 2: Fasene i Grounded Theory

3.3 Utvalgsstrategi

Hensikten med kvalitative undersøkelser er å danne forståelse om et fenomen og skape fylldige

beskrivelser ut ifra området som studeres, ikke å foreta statiske generaliseringer. Formålet med utvalgsstrategi er dermed å kunne legitimere overførbarheten til datamaterialet som innhentes. Tilfeldig utvalgte informanter er derfor sjeldent i forbindelse med kvalitative undersøkelser (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 116-122). Utgangspunktet i utvelgelsen er dermed ikke representativitet, men hensiktsmessighet. Med dette menes at målet eller formålet med forskningen styrer utvalget, eller målgruppen. En slik måte å velge informanter kalles *strategisk utvelgelse* (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 116-122). Metodelæren introduserer flere måter å foreta en strategisk utvelgelse på, men da formålet med oppgaven er å studere ulike generasjoner vil det nærliggende å velge informanter fra ulike generasjoner, altså et *utvalg med maksimal variasjon* (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 116-122).

3.3.1 Utvalgsstørrelse

Da designet som benyttes i denne undersøkelsen (jf. Grounded Theory) har til hensikt å skape nye teorier er det et vesentlig moment at forskeren ikke på forhånd kan planlegge hvor mange informanter som skal undersøkes (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 184-187). Hensikten er å oppnå et metningspunkt, et punkt der det ikke lenger har noen hensikt å intervju eller observere flere informanter fordi de antakelig ikke vil komme til å tilføre ny informasjon (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 114-116). Et forhåndsbestemt antall informanter er derfor uvesentlig i forbindelse med anvendt metode. En slik måte å foreta strategisk utvelgelse på kalles *teoristyrte utvelgelse*. Det vil si at forskeren velger informanter for å fylle opp de teoretiske kategoriene som er blitt identifisert, teste den utledede teorien på nye informanter, for dernest utvide den utledede teorien (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 184-187).

Teoristyrte utvelgelse danner grunnlag for utvalgets størrelse i forbindelse med denne undersøkelsen. På den ene siden kan en slik utvelgelse øke sannsynligheten for teoretisk metning, hvilket i sin tur kan resultere i valide teorier. På en annen side må en avveining vedrørende hva som er praktisk mulig å gjennomføre med hensyn til tidsbegrensinger være en viktig del av denne prosessen. For å oppnå teoretisk metning er det rimelig å anta at man må ha et relativt stort utvalg, dette kan være tidskrevende og representere en utfordring med tanke på fastsatte tidsrammer. Utvalgets størrelse kan i sin tur kan påvirke resultatet (se delkapittel 3.5). For å forebygge dette har jeg avtalt intervjuer med åtte informanter i god tid i forveien, slik at det

dersom det skulle være behov for flere informanter, vil jeg være i stand til å innhente dette. Antallet informanter vil være avhengig av kvaliteten på intervjuet, å kvalitetssikre intervjuguiden med pilot tester har derfor vært en sentral del av forberedelsene (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 114-116). På denne måten kan man påvirke sannsynligheten for teoretisk metning.

3.3.2 Rekruttering av informanter

Et svært sentralt element i samfunnsvitenskapelig forskning er anskaffelse av informanter. Kvaliteten på datamaterialet som innhentes vil til en viss grad være preget av informantene selv og det er med dette viktig at kandidatene velges med omhu. Med dette menes om kandidatene er relevante i henhold til problemområdet, hvorvidt de er interesserte og tilstede i situasjonen og hvorvidt de oppgir pålitelig og ærlig informasjon. Dette er en prosess som krever nøye planlegging da det av ulike årsaker er rimelig å anta at det kan være krevende å tiltrekke seg informanter. Jeg har i forbindelse med dette studiet valgt å rekruttere informanter fra en og samme organisasjon. Det er flere årsaker som ligger til grunn for dette. På denne måten får jeg tilgang til personer som arbeider med samme kommunikasjonssystemer, hvilket i beste fall gir et bedre sammenligningsgrunnlag. Virksomheten som representerer utvalget baserer seg på det faktum at den har et usedvanlig stort aldersspenn blant medarbeiderne. På denne måten øker jeg sannsynlighet for tilgang til informanter fra samtlige generasjoner som skal studeres.

Metodelæren presenterer flere ulike måter å rekruttere informanter på. Da jeg har valgt å rekruttere fra en bestemt bedrift, var det nærliggende å benytte et *medlems- eller kunderegistre* (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 122-126). På denne måten vil jeg lettere kunne få tak i informanter fra samme bedrift. På en annen side er det rimelig å anta at bedrifter vil være restriktive med å gi tilgang til slike registre. En løsning på dette var å benytte nettverk, lederen som har tilgang på fødselsdato valgte informanter ut ifra gruppene jeg hadde behov for.

Som tidligere nevnt er informantene i forbindelse med denne undersøkelsen anonyme, men deres alder og generasjon er identifiserbare. I forbindelse med denne undersøkelsen er det vesentlig at informantens generasjonstilhørighet er identifiserbare for å kunne besvare problemstillingen. Jeg har dermed valgt å omtale informantene på følgende måte: Generasjon Z (I, 18 år) og (II, 19 år),

Generasjon Y (I, 25 år) og (II, 26 år), Generasjon X (I, 37 år) og (II, 35 år) og Baby Boomer (I, 56 år) og (II, 56 år).

3.4 Datainnsamling, organisering og analyse av data

I tråd med anvendt forskningsdesign benyttet i forbindelse med denne undersøkelsen (jf. Grounded Theory) er målet for datasamlingen, organiseringen og analysen å ende opp med en hovedkategori eller ett fenomen som utgangspunkt for den teoretiske utledningen.

Hovedkategorier er den kategorien som har størst forklaringskraft i forbindelse med forskningsområdet (Johannessen, Tuft og Christoffersen 2016, 187-195). Hovedkategoriene må ”fylles opp” med så mye informasjon som mulig, det vil si fram til neste informant ikke tilfører noe mer informasjon. Hovedkategoriene er blitt identifisert ved bruk av koding og notatskriving under analysearbeidet. Hensikten med denne prosessen er å bryte ned og redusere relevant datamateriale for deretter danne et språk for å beskrive det (Corbin og Strauss 2008, 159-161). Det vil si danne begreper for å beskrive fenomenet. Begrepene er de grunnleggende analyseenheter i utviklingen av Grounded Theory og danner grunnlaget for utledet teori.

Informasjonen ble deretter kategorisert ved hjelp av avgrensning og forenkling av informasjonen. I den sammenheng benyttet jeg en matrise med informanter og ulike kategorier. Denne type matrise gjør det enklere å finne mønstre og eventuelle sammenhenger som fremkommer i datamaterialet (Askheim og Grenness 2008, 152- 153). Med bakgrunn i overnevnte ble selektiv koding benyttet. Selektiv koding er et analyseverktøy som brukes for å forklare vesentlige fenomener som studien avdekker. Ved bruk av selektiv koding kan man identifisere kjernebegreper eller kjerne kategorier som er sentrale og viktige for å forklare problemstillingen man har satt (Askheim og Grenness 2008, 152-153).

3.4.1 Det åpne individuelle intervjuet

Datamaterialet i denne undersøkelsen er innhentet ved bruk av åpne individuelle dybdeintervjuer. Åpne individuelle intervjuer egner seg dersom man ønsker å få fram enkeltindividers fortolkninger av et fenomen (Jacobsen 2016, 146-158). Da hensikten med denne undersøkelsen handler om å studere individers holdninger og fortolkninger har jeg valgt å benytte denne intervjuemetoden. Intervjuene ble videre gjennomført ansikt-til-ansikt på informantenes kontorer.

En sentral utfordring ved å intervju alene er at man ikke kan fordele oppmerksomhet, fokus og oppgaver med flere forskere. Dette kan påvirke kvaliteten på datainnsamlingen. For eksempel uteblir observatørrollen ved å være alene. For å unngå at vesentlig informasjon går tapt benyttet jeg en båndopptaker, henholdsvis med informantens samtykke. På denne måten kunne fokuset være i større grad være rettet mot å etablere tillit mellom intervjuer og informant, stille oppfølgingsspørsmål der det var relevant og følge opp non-verbal kommunikasjon.

Da forskningsområdet krever en viss grad av fleksibilitet er et semistrukturert intervju skjema benyttet. Et slikt intervju muliggjør fleksibilitet da det gir rom for oppfølgingsspørsmål dersom det skulle bli aktuelt. Intervjuet gir likevel anledning til sammenligning av datamaterialet da hovedtemaene i intervjuguiden blir gjennomgått med samtlige informanter (Skorstad 2008, 96-98). Intervjuguiden er blitt utformet i lys av forskningens problemområde. Spørsmålene er utarbeidet i form av aktuelle temaer som berører problemområde. Innledningsvis ønsket jeg å kartlegge hvem informantene er. Ifølge opprinnelig intervjuguide ønsker jeg å spørre hvor gamle de var, dette bestemte jeg meg for å eliminere da det er rimelig å anta at spørsmålet i seg selv kan påvirke informanten til bevisst eller ubevisst forsøke å bekrefte eller avkrefte fordommer knyttet til alder og teknologi. I tillegg var spørsmålet uvesentlig da utvalget i forbindelse med rekruttering av informantene foregikk på bakgrunn av alder.

3.5 Evaluering av data

Samfunnsvitenskapelige fenomen er komplekse, dette innebærer at det er svært utfordrende generalisere datamateriale for å danne en fullstendig oversikt over virkeligheten. Formålet med dette studiet er ikke å kunne generalisere resultater, men som tidligere nevnt å forstå og kunne beskrive området som skal studeres for dernest utarbeide teori. For å kunne sikre at resultatene som presenteres i denne undersøkelsen oppnår tilfredsstillende verdi slik at den er i stand til å danne grunnlag for videre forskning ligger følgende krav til grunn; **1)** Krav om *pålitelighet* (reliabilitet), **2)** krav om *troverdighet* (intern validitet), **3)** krav om *overførbarhet* (ekstern validitet) og **4)** krav om bekreftbarhet (objektivitet) (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 231-234).

Reliabilitet er forbundet med forskningens data, dens karakter, hvordan den innhentes, bearbeides

og hvorvidt den kan etterprøves. I forbindelse med kvalitativ metode er det ofte mer relevant å stille krav til forskningens pålitelighet da forskningen vanskeligere lar seg etterprøves.

Forskingslitteraturen anbefaler flere metoder for å styrke påliteligheten, blant annet ved å framstille en åpen og detaljert beskrivelse av forskningsprosessen (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 231-232). Med kapittel 2.0 har jeg framstilt en slik beskrivelse. På denne måten kan jeg styrke forskningens pålitelighet.

Validitet i forbindelse med kvalitative undersøkelser handler ifølge Johannessen, Tufte og Christoffersen (2016, 232) om i hvilken grad forskerens framgangsmåter og funn på riktig måte reflekterer formålet med studiet (jf. troverdighet) og representerer virkeligheten (jf. overførbarhet). Troverdighet sier videre noe om i hvilken grad forskningen utføres på en tillitvekkende måte (Askheim og Grenness 2008, 68). Ved å tilbakeføre resultatene til informantene kan forskeren styrke undersøkelsens troverdighet. På denne måten får forskeren anledning til å bekrefte eller avkrefte hvorvidt innhentet resultat er forstått i tråd med avsenders faktiske budskap (jf. informanten) (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 232). I forbindelse med denne undersøkelsen har de representative informanter fått tilbakeført resultatene i tråd med denne metoden. Tilbakeføringen ble gjennomført som en del av avslutningen på hvert enkelt intervju. Samtlige kandidater har forstått og bekreftet resultatene og dermed sannsynliggjort resultatenes troverdighet. Her er det samtidig viktig å være oppmerksom på at det ikke foreligger noen automatikk i hvorvidt resultatene er fullstendig troverdige til tross for tilbakeføring. Det er for eksempel nærliggende å tro at informantene underveis i et omlag førtifem minutters intervju kan ha mistet konsentrasjonen og dermed gitt feilaktig tilbakemelding på resultatene.

I sammenheng med kvalitative undersøkelser står overføring av kunnskap framfor generalisering sentralt. Overførbarhet handler om hvorvidt studiet lykkes i å etablere beskrivelser, begreper, fortolkninger og forklaringer som gjør seg aktuelle på andre områder enn det som studeres (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 233-234). For å sannsynliggjøre forskningens overførbarhet har jeg foretatt nøye vurderinger med henhold til utvalgt. Et vesentlig element i denne prosessen var å rekruttere informanter som faktisk tilhørte de generasjonene jeg ønsket å si noe om og som jobbet i en bedrift som var opptatt av digital kommunikasjon.

Forskingslitteraturen beskriver krav om bekreftbarhet i forbindelse med tolking av funn. I tråd med Johannessen, Tufte og Christoffersen (2016, 234) teori knytter Askheim og Grenness (2008, 68) bekreftbarhet til kvaliteten av tolkingen av funnene, og i hvilken grad forståelsen av det enkelte prosjekt støttes av annen forskning. Dette handler om hvorvidt tolkingen kan regnes som objektiv. Funnene må være et resultat av forskning, ikke forskerens subjektive holdninger som i sin tur kan påvirke fortolkningen. Objektiviteten kan styrkes ved å vurdere hvorvidt fortolkningene støttes av annen litteratur og informantene (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 234). Som tidligere nevnt ble det ble avslutningsvis i intervjuene foretatt en tilbakeføring av resultater. På denne måten kan objektiviteten påvirkes. Fortolkningene er i tillegg studert i lys av annen litteratur (se kapittel 2.0: Teoretiske referanserammer).

3.6 Feilkilder

Det er i forbindelse med undersøkelsens forskningstema viktig å være oppmerksom på fordommer, stereotyper og selvoppfyllende profetier som mulige faktorer til feilkilder. Det er for eksempel ikke utenkelig at informantene bevisst kan ha forsøkt å bekrefte eller avkrefte stereotypiske antakelser knyttet til generasjonstilhørighet. En stereotypi er en generalisering av en gruppe personer, som av og til kan være riktige, men som vel så gjerne kan være gale og fordomsfulle (Skorstad 2008, 74-76). Det er verdt å understreke at den samme feilkilden kan ha preget forskeren så vel som informantene. Dette kan videre svekke forskningens pålitelighet og resultatenes troverdighet. Man kan unngå dette med å være oppmerksomme på feilkildene og øve på å intervju. Dette kan videre høyne validitet og reliabiliteten betraktelig (Skorstad 2008, 77-78). Det er på bakgrunn av dette blitt foretatt to pilotintervjuer i forkant av de formelle intervjuene. Hensyn til overnevnte feilkilder er også tatt i forbindelse med utarbeidelse av intervjuguide (se delkapittel 3.4.1: Det åpne individuelle intervjuet).

Da jeg har valgt å benytte åpne individuelle intervjuer i forbindelse med datainnsamlingen viktig å være oppmerksom på mulige fallgruver og feilkilder. Intervjuereffekten er eksempelvis potensielt sterk i intervjusituasjonen. Det betyr at forskeren potensielt kan påvirke den som intervjues, henholdsvis informanten (Jacobsen 2016, 148) For eksempel kan forskeren ved å stille

spørsmål som kan oppfattes som ledende påvirke informanten i retning som ikke nødvendigvis representerer realiteten. Dette kan i sin tur svekke forskningens totale gyldighet.

4.0 EMPIRISK ANALYSE

Med dette avsnittet skal innhentet datamateriale analyseres og presenteres. Datamaterialet kodes i form av konsepter, det vil si at data tolkes ut fra underliggende begreper (Johannessen, Tuft og Christoffersen 2016, 187-195). Kategoriene er identifisert på bakgrunn av innhentet datamateriale, analysert og organisert etter antydning forklaringskraft. Kategoriene som identifiseres er med på å danne en helhetsforståelse av fenomenet som studeres i forbindelse med dette studiet og vil avslutningsvis i dette kapitlet framstilles i en overordnet modell.

4.1 Funn

Datamaterialet som framstilles i det følgende avsnittet er innhentet på bakgrunn av de transkriberte intervjuene foretatt i forbindelse med denne undersøkelsen. Utdragene er organisert etter kategorier og temaer. Avslutningsvis i dette kapitlet framstilles en illustrasjon av koding og sammenbinding av begreper benyttet i forbindelse med analyse. Illustrasjonen er framstilt i en matrise organisert etter kategori og informantens opplysninger, henholdsvis generasjonstilhørighet og alder.

4.1.1 *”Jeg er ikke sosial, enkelt og greit. Det er bare sånn jeg er.”*

Flere av informantene la spesielt vekt på personlige egenskaper under intervjuet da de omtalte sin tilnærming til IKT på arbeidsplassen. En gjenganger hos flere av informantene dreide seg om hvorvidt de var sosiale eller ikke, eller hvorvidt de opplevde behov for eller ikke for å være aktiv på de ulike plattformene, spesielt i forbindelse med den sosiale plattformen *Microsoft Yammer*. En av informantene, henholdsvis Baby Boomer (I, 56 år), la betraktelig vekt på at årsaken til at hun ikke var aktiv på Microsoft Yammer var fordi hun rett og slett ikke betraktet seg selv som sosial. Hun forteller videre at hun sjeldent benytter noen av de andre kanalene organisasjonen har tilgjengelig annet enn e-post, telefon og XL. En sjeldent gang benytter hun seg av Microsoft

Yammer, men hun legger videre vekt på at det er svært sjeldent. Hun beskriver at sosiale medier er noe hun ikke er spesielt opptatt av, hverken i jobbsammenheng eller på fritiden. *"Der (Microsoft Yammer) er jeg bare inne og kikker en sjeldent gang og kanskje trykker "like". Ellers så hopper jeg ikke på"*. Hun begrunner videre at hun ikke opplever kanalen som vanskelig, men at hun at hennes manglende interesse har en sammenheng med hennes karaktertrekk: *"Jeg er ikke sosial, enkelt og greit. Det er bare sånn jeg er. (...) Jeg forstår hvordan det fungerer, men jeg er som sagt ikke så sosial så jeg er ikke sånn som skriver så mye der."*

Baby Boomer (II, 56 år) påpeker at hun er opptatt av sosiale medier og er oppdatert på IKT både på fritiden og i jobbsammenheng. Hun forteller videre at hun tror at aktivitet på sosiale medier kan ha noe med behov for å sosialisere og eksponere seg selv: *"Jeg tror kanskje ikke alle har det behovet, men jeg har nok det."*

Generasjon X (I, 37 år) legger vekt på personlighetstrekk når hun uttaler seg om sitt forhold til IKT på arbeidsplassen: *"Jeg er egentlig ikke så opptatt av sånt. Jeg er kanskje ikke helt den typen."* Generasjon X (II, 35 år) forteller at hun har et behov for å benytte den sosiale plattformen Microsoft Yammer, blant annet legger hun vekt på personlig behov og trives vedrørende sosialisering: *"Jeg bruker de sosiale plattformene ofte. Jeg har et behov for å følge med liksom. Jeg trives med sosialiseringen."*

Generasjon Y (I, 25 år) uttrykker at hun trives med å være aktiv på den sosiale plattformen Microsoft Yammer samt sosiale medier på fritiden. Hun legger videre vekt på, i tråd med flere av de andre informantene, et personlig behov når uttaler seg om hvordan hun tilnærmer seg IKT på arbeidsplassen: *"Jeg føler et behov for å være aktiv på sosiale medier. Det er alltid hyggelig med bekreftelse fra andre."*

Generasjon Z (I, 18 år) legger tydelig vekt på en manglende interesse og behov for å eksponere seg på de sosiale IKT kanalene i bedriften. Han gir videre inntrykk for at han ikke er så komfortabel med selveksponering når det gjelder de sosiale kanaler: *"Alle har sikkert en forventning om at jeg skal være kjempe aktiv på alle sosiale medier og så videre, men helt ærlig så er jeg ikke så fan av sånt. Jeg liker ikke å være så synlig på sånne ting. Jeg er liksom ikke typen"*

til det.” Generasjon Z (II, 19 år) gir inntrykk av et noe annet perspektiv på IKT systemer. Hun mener selv det viktig å utmerke seg og være synlig på alle plattformer for å danne relasjoner til både kolleger og andre, fokus på sosialisering. Hun forteller at hun er nærmest pålogget hele tiden og har bestandig kontakt med venner og kolleger.

Flere av informantene gir inntrykk av at aktivitet og interesse vedrørende de sosiale IKT kanalene har sammenheng med individuelle trekk. Samtlige opplyser om at kanalene virker forståelige og de evner å bruke dem, tekniske ferdigheter og generasjonsforskjeller ser dermed ikke ut å være årsaken til hvorfor noen velger å ikke benytte seg aktivt av en kanal.

4.1.2 ”Det er jo ikke alle som er like åpne for nye ting”

Da tematikken i intervjuet omhandlet implementering av nye IKT systemer ble det tydelig at holdningene varierte i stort grad innad i generasjonene. Tendensen som utpeker seg i samtlige intervjuer omhandler personlige egenskaper som avgjørende for hvorvidt man er åpen for erfaring. Baby Boomer (I, 56 år) uttrykte en kritisk holdning til implementering av nye IKT systemer. Hun gestikulerte avstand med hendene og uttrykte motvilje da hun pratet om temaet. Videre beskrev hun at nye IKT systemer er noe hun tar avstand til: *”Alle de nye mediene får jeg sånt forhold til (sperrer hendene). Derfor velger jeg det bort”*. Hun beskriver videre at hun ofte bevisst valgte bort kanaler hun ikke kjenner til fra før da hun opplever det som energikrevende å sette seg inn i: *”Det tar for mye energi å sette seg inn i. Jeg spanderer ikke den energien. På godt norsk, ”jeg henger ikke med.”* Hun legger til at kanalene hun allerede bruker og alltid har brukt i sitt arbeid fungerer fint. *”Jeg bruker hovedsakelig mail. Det er jeg fornøyd med (...) Ellers så hopper jeg ikke på”*. Baby Boomer (II, 56 år) har en ulik tilnærming. Hun forklarte at hun alltid har vært aktiv hva gjelder IKT kommunikasjon, både privat- og i jobbsammenheng, og er alltid åpen for nye systemer. Hun utdyper at det er viktig å følge med på hvordan trendene endrer seg i forhold til kommunikasjon.

Generasjon X (I, 37 år) legger vekt på rutiner og vaner, noe hun mener er hovedårsaken til at implementering av nye IKT systemer ikke alltid er like vellykket: *”Det er jo ikke alle som er like*

åpne for nye ting. Ting har for eksempel ikke endret seg så mye her (økonomi avdelingen). Hvis det fungerer, hvorfor endre det?"

Generasjon Y (I, 25 år) legger i likhet med flere av informantene vekt på en manglende åpenhet for å prøve noe nytt når hun svarer. *"Alle er ikke like åpne for å prøve nye ting. I hvert fall ikke når det kommer til digitale ting."* Hun utdyper videre at den manglende åpenheten kan ha noe med vaner å gjøre: *"Mest fordi det er nytt og folk er godt vant med det man har fra før da"*.

Generasjon Y (I, 25 år) påpeker dog at hennes personlige holdning til implementering til nye IKT systemer er svært positiv.

"Det handler om å være åpen for systemer rett og slett. Åpen. Men det er så enkelt for meg å si fordi jeg liker nye ting, som for min del er det bare gøy om vi skal bruke et nytt program. Så hvis de (ledelsen) sier "nå skal vi bruke et nytt program"; da sier jeg "Yey, så kult! Gleder meg til å teste det ut!"

- Generasjon Y (I, 25 år) om innføringen av IKT systemer

Generasjon Y (II, 26 år) uttrykker i likhet med Generasjon Y(I, 25 år) begeistring når hun prater om innføringen av nye systemer: *"Jeg er alltid positiv til nye måter å kommunisere på. Sånn har jeg alltid vært. Jeg er interessert i å prøve nye ting, hele tiden. Det er bare sånn jeg er."* Hun påpeker videre at hun er overbevist om at en åpen holdning til nye systemer er vesentlig for at implementering skal være vellykket. *"Dersom samtlige i en organisasjon er negative til endring vil endring aldri finne plass. Jeg er helt sikker på at dersom flere her er åpne og villige til å prøve nye ting kan man finne flere og mer effektive måter å kommunisere på"*.

4.1.3 "Det er de type kanalene jeg ikke trenger for å utføre jobben min."

Enda et aspekt som gjentok seg i flere av intervjuene var forholdet mellom holdning til IKT og relevans i forhold til arbeidsoppgaver. Baby Boomer (I, 56 år) påpeker i sitt intervju at kommunikasjonskanalene hun benytter er knyttet til arbeidsoppgavene hun utfører. Hun forteller at hun legger vekt på hvorvidt kanalen er relevant for jobben hun utfører. Hun legger til at hun sjeldent har behov for å kommunisere for å utføre arbeidsoppgavene knyttet til stillingen; *"Men*

jeg kommuniserer veldig lite fordi jeg på en måte har "hele biten" selv, altså prosessen. De andre avdelingene leverer jo bare bilag til meg."

Informantene gir uttrykk for at de er opptatt av funksjonalitet og hvorvidt man "trenger" plattformen for å utføre arbeidsoppgavene. En av informantene legger vekt på at den sosiale plattformen Microsoft Yammer kan gi verdifull innsikt som hun kan dra nytte av.

"Derfor velger bort det jeg ikke har bruk for. Men det er de type kanalene jeg ikke trenger for å utføre jobben min. For eksempel Yammer."

- Baby Boomer (I, 56 år) om IKT systemer

Baby Boomer (II, 56 år) har en lignende forklaring på hvorfor hun er opptatt av IKT systemer. Under intervjuet påpeker hun sammenhengen mellom hennes engasjement vedrørende digital kommunikasjon og hennes stilling som markedsansvarlig: *"Jeg har alltid vært aktiv på digitale plattformer og sosiale medier. Jeg føler at det er en del av min jobb, å holde med oppdatert og forstå hvordan kommunikasjon fungerer og endrer seg hele tiden."*

I tråd med flere av informantene antyder Generasjon X (I, 37 år) en lignende sammenheng. Det kan se ut som om arbeidsoppgaven kan avgjøre i hvilken grad og hvordan informantene kommuniserer. *"Det går veldig mye på e-post og XL. Så har vi jo Skype for Business som vi bruker litt, men det er veldig lite. Jeg bruker Skype for Business når jeg for eksempel skal planlegge noe annet enn det som har med denne jobben å gjøre (økonomi). Når jeg skal prate med NN i salgsavdelingen. Vi er ofte med i komiteer i forhold til sosiale arrangementer, da bruker vi en del Skype, mer enn mail."* Generasjon X (II, 35 år) knytter også kommunikasjon med relevans i forhold til stilling. *"Vi (salgsavdelingen) bruker mye Skype i forbindelse med kommunikasjon med eierne i utlandet og når vi snakker med samarbeidspartnerne våre i selskapskapet, men jeg prater mest med de i samme avdeling som meg, og da blir det jo til at jeg bare går bort å prater direkte. Jeg jobber jo mest med NN som jobber sammen med meg og vi sitter jo mye å skravler gjennom døra."*

Generasjon Y (I, 25 år) støtter den positive korrelasjonen mellom aktivitet og relevans i forhold til arbeidet: *”Jeg tror kanskje at flere hadde vært aktive der (Microsoft Yammer) hvis man var nødt til å bruke det for å utføre jobben sin. For nå har man liksom valget om å være der eller ikke, man går liksom ikke glipp av noe viktig informasjon. Det gir liksom litt mer sosial informasjon, rett og slett.”*

4.1.4 ”Som leder er jeg nødt til å kommunisere via de rette kanalene.”

Et sentralt tema som gjentok seg flere ganger under intervjuene var knyttet til informantenes posisjon og rolle i organisasjonen. Det som mente de hadde størst utbytte av IKT plattformene på arbeidsplassen var alle sammen ledere, fellesnevneren var at disse dermed hadde et større behov for og interesse av å formidle informasjon og kommunisere kontra de som ble ledet. Generasjon Y (II, 26 år) legger vekt på hennes rolle som driftsleder når hun kommuniserer med de ansatte: *”Jeg er til enhver tid avhengig av å kommunisere ting og tang til de ansatte i avdelingen min. Store deler av dem er unge og jeg blir nødt til å velge en kanal de faktisk bruker for å få gitt dem beskjeder. Som leder er jeg nødt til å kommunisere via de rette kanalene. Jeg ser for eksempel at Facebook fungerer bra.”* Generasjon Y (I, 25 år) oppga at hun har to forskjellige stillinger i organisasjonen (jf. driftsleder og event- og markedskoordinator) og at hun kommuniserer veldig forskjellig i forbindelse med disse. *”Som driftsleder er jeg nødt til å kommunisere mye, hvis ikke får jeg ikke gitt beskjeder til de ansatte. Da bruker vi Slack, Messenger, Facebook og så videre. Når jeg kommuniserer med de andre her på huset går det mest i e-post, men jeg mottar jo mest beskjeder her.”*

Baby Boomer (I, 56 år) oppga at hun ikke har like mye behov for å kommunisere i stillingen sin: *”Jeg har ikke et behov for å kommunisere så mye, da jeg har ansvar for mye av prosessen selv.”*, hvilket er i tråd med beskrivelsen hun gir av arbeidsoppgaver: *”Ansvar for alt som vedrører lønn fra a-å.”* Videre utdyper hun at hun ikke alltid er like avhengig av tilbakemeldinger for å kunne utføre jobben sin. Baby Boomer (II, 56 år) og Generasjon X (II, 35 år) legger vekt på deres rolle som driftsansvarlige i tråd med deres behov for kommunikasjon. Generasjon X (II, 35 år): *”Kommunikasjon er liksom det jobben min går ut på (om rollen som selger)”*. Generasjon X (I,

37 år) kommenterer at hun egentlig for det meste har behov for e-post og XL. Videre legger hun til: *”Men jeg er også med i sosial komiteen, da bruker vi jo en av de sosiale del plattformene.”*

Generasjon Z (I, 18 år) forklarer at han ikke er så oppmerksom på den interne kommunikasjonen i organisasjonen. *”Jeg leser egentlig bare det som angår meg, men jeg trenger jo aldri selv å gi noe særlig beskjeder selv. Jeg må jo si ifra til sjefen når jeg vil ha fri da så klart, men da leverer jeg bare frønsket på intranettet”*. Generasjon Z (II, 19 år) opplyste om at han er veldig bevisst når han kommuniserer. Som driftsleder antyder han et stadig behov for å formidle beskjeder. *”Jeg må kommunisere masse i jobben. Det må jeg jo for at de i avdelingen skal få med seg viktige beskjeder. Da bruker jeg de kanalene jeg vet at de (ansatte i avdelingen) bruker mest, som Facebook for eksempel. Der har vi en gruppe for min avdeling. Der kan jeg se at alle får beskjeden.”*

4.2 Kategori matrise

Matrisen på neste side er en illustrasjon av koding i forbindelse med forskingen.

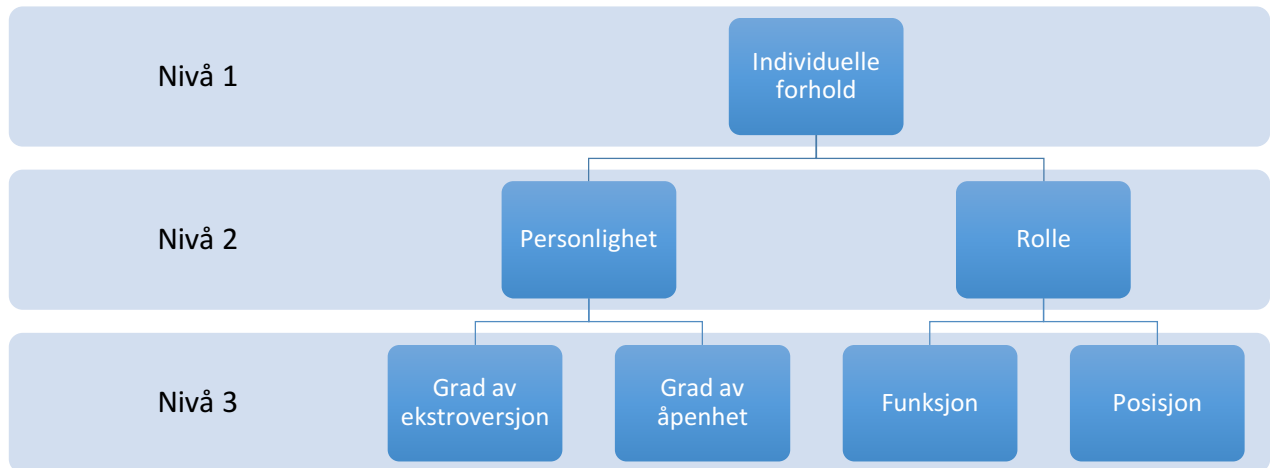
| Informant | Grad av ekstroversjon | Grad av åpenhet | Funksjon | Posisjon |
|----------------------|--|--|---|---|
| Baby Boomer (I, 56) | <i>"Jeg er ikke sosial, enkelt og greit. Det er bare sånn jeg er."</i> | <i>"Alle de nye mediene får jeg sånt forhold til (sperrer hendene). Derfor velger jeg det bort."</i> | <i>"Derfor velger bort det jeg ikke har bruk for. Men det er de type kanalene jeg ikke trenger for å utføre jobben min."</i> | <i>"Jeg har ikke et behov for å kommunisere så mye, da jeg har ansvar for mye av prosessen selv."</i> |
| Baby Boomer (II, 56) | <i>"Jeg tror kanskje ikke alle har det behovet, men jeg har nok det." (om å være aktiv på sosiale plattformer)</i> | <i>"Jeg tror at det alltid vil finnes flere og bedre måter å gjøre ting på."</i> | <i>"Jeg føler at det er en del av min jobb, å holde meg oppdatert og forstå hvordan kommunikasjon fungerer og endrer seg hele tiden."</i> | <i>"Jeg er av og til driftsleder i tillegg til salgsansvarlig."</i> |
| Generasjon X (I, 37) | <i>"Jeg er egentlig ikke så opptatt av sånt. Jeg er kanskje ikke helt den typen." (om å være aktiv på sosiale plattformer)</i> | <i>"Hvis det fungerer, hvorfor endre det?"</i> | <i>"Det går veldig mye på e-post og XL. Så har vi jo Skype for Business som vi bruker litt, men det er veldig lite. Jeg bruker Skype for Business når jeg for eksempel skal planlegge noe annet enn det som har med denne jobben å gjøre (økonomi)"</i> | <i>"Men jeg er også med i sosial komiteen, da bruker vi jo en av de sosiale plattformene."</i> |

| | | | | |
|-----------------------|--|--|---|--|
| Generasjon X (II, 35) | <i>"Jeg bruker de sosiale plattformene ofte. Jeg har et behov for å følge med liksom. Jeg trives med sosialiseringen."</i> | <i>"Jeg tror man er godt vant her, der har det ikke skjedd så mye. Gamle vaner er vonde å vende."</i> | <i>"Jeg føler jeg får mye nyttig informasjon som er relevant for jobben min." (om Yammer)</i> | <i>"Kommunikasjon er liksom det jobben min går ut på."</i> |
| Generasjon Y (I, 25) | <i>"Jeg er en nokså sosial type."</i> | <i>"Det handler om å være åpen for systemer rett og slett. Åpen. Men det er så enkelt for meg å si fordi jeg liker nye ting, som for min el er det bare gøy om vi skal bruke et nytt program."</i> | <i>Jeg tror kanskje at flere hadde vært aktive der (Microsoft Yammer) hvis man var nødt til å bruke det for å utføre jobben sin."</i> | <i>"Som driftsleder er jeg nødt til å kommunisere mye."</i> |
| Generasjon Y (II, 26) | <i>"Jeg føler et behov for å være aktiv på sosiale medier. Det er alltid hyggelig med bekreftelse fra andre."</i> | <i>"Jeg er alltid positiv til nye måter å kommunisere på. Sånn har jeg alltid vært. Jeg er interessert i å prøve nye ting, hele tiden. Det er bare sånn jeg er."</i> | <i>"Jeg må liksom bruke det i jobben min."</i> | <i>"Som leder er jeg nødt til å kommunisere via de rette kanalene."</i> |
| Generasjon Z (I, 18) | <i>"Jeg liker ikke å være så synlig på sånne ting. Jeg er liksom ikke typen til det."</i> | <i>"Det er det samme hvert år, jeg syns egentlig det er ganske bra, da slipper jeg å måtte sette meg inn i noe nytt hele tiden."</i> | <i>"Man må liksom ikke være der."</i> | <i>"(...) jeg trenger jo aldri selv å gi noe særlig beskjeder selv." (om sin posisjon som underordnet)</i> |
| Generasjon Z (II, 19) | <i>"Jeg trenger liksom sosialisering. Men det gjør kanskje ikke alle?"</i> | <i>"Jeg liker å teste ut nye ting."</i> | <i>"For meg er det fint å vite hva de andre avdelingene gjør."</i> | <i>"Jeg må kommunisere masse i jobben." (om sin posisjon som ledert)</i> |

5.0 DISKUSJON

Det er verdt å merke seg at forventningene som tidligere ble framstilt på bakgrunn av teori avviker fra faktiske funn i overnevnte analyse. I tråd med forskningsdesignet benyttet i forbindelse med dette studiet er derfor deler av teorien inkludert i kommende delkapitler innhentet som resultat av funnene.

Det kan se ut til at funnene fra dette studiet antyder at generasjonstilhørighet og tilnærming til teknologi ikke samsvarer. Det kan dermed synes som om andre forhold enn alder og generasjonstilhørighet kan ha innflytelse på tilnærmingen da ingen av informantene oppga at de opplevde noen form for vanskeligheter med IKT på arbeidsplassen. Resultatene antyder at individuelle forhold som blant annet angår informantens personlige egenskaper (jf. personlighet) og relevans i forhold til arbeidsoppgaver (jf. rolle) påvirker vedkommendes tilnærming til IKT. Samtidig indikerer resultatene at stilling og arbeidsoppgaver ser ut til å påvirke tilnærmingen. Modellen nedenfor illustrer kategoriernes relasjon.



Figur 3: Kategori hierarki

Det er samtidig viktig å legge merke til at eksisterende teori på området som omhandler generasjoner omtaler de ulike generasjonskohortene som homogene grupper uten å legge vekt på individuelle forskjeller innad i gruppene. Resultatene av dette studiet har utfordret denne tankegangen. Det er samtidig viktig å påpeke at samtlige teorier presentert i teoridelen i hovedsak konsentrerer seg om det amerikanske arbeidsmarked, noe som kan avgrense gyldighetsområdet og forklare avviket i dette studiet. Samtidig bør det nevnes at teoriene som foreligger ikke er et resultat av kvalitative dybdeintervjuer hvilket kan være årsaken til det den homogene framstillingen av generasjonene.

5.1 Personlighet

Informantene vektlegger personlige egenskaper som en viktig faktor som påvirker deres tilnærming til IKT. Ved flere anledninger legger informantene personlighetstrekk til grunn for deres holdning ovenfor IKT. Psykologien definerer et individs karakteristiske holdning- og atferdsmønster som personlighet (Passer, et al. 2009, 661-662). Personlighet kan på bakgrunn av

funn fra denne undersøkelsen være en faktor som påvirker individers tilnærming til IKT. Det kan se ut til at fasetter ved et individs personlighet i større grad enn generasjon påvirker holdninger og bruk i forbindelse med IKT.

Ifølge Passer et al. (2009, 661-662) er dette mønsteret relativt konstant over tid og på tvers av ulike situasjoner. Personlighetsteorien kan med dette være svært relevant i forsøk på å forstå menneskers holdning og atferd.

Femfaktormodellen (jf. The Big Five) antyder fem overordnede dimensjoner som tilstrekkelig for å forstå og beskrive den grunnleggende strukturen av individers personlighet. Ifølge modellen deler individer fem bestemte grunnleggende trekk. Psykologien beskriver trekkene som egenskaper som man i større eller mindre grad har og handler i tråd med i bestemte situasjoner. Med henhold til modellen skiller vi mellom; 1) Åpenhet, 2) Planmessighet, 3) Ekstroversjon, 4) Medmenneskelighet og 5) Nevrotisisme (Passer, et al. 2009, 685-686). To av disse trekkene ser ut til å ha sammenheng med funnene fra dette studiet, henholdsvis ekstroversjon og åpenhet.

5.1.1 Grad av ekstroversjon

Flere av informantene i denne undersøkelsen oppga personlighetstrekk som preges av høy grad av ekstroversjon interesse for å samhandle med andre mennesker. Ekstroverte personer er har ofte høy grad av gruppesynlighet og engasjement. En ekstrovert personlighet er ofte kontaktsøkende og opptatt av oppmerksomhet og sosial bekreftelse. Lav ekstroversjon på den andre siden tenderer mot å opptre bevisste, tenkende og mindre involverte i den sosiale verden. Det er verdt å merke seg at personligheter som er preget av lav ekstroversjon ikke automatisk er mindre vennlige. Deres mangel på sosialt engasjement bør heller tolkes som uavhengighet i forhold til sosial samhandling (Passer, et al. 2009, 685-686). Det er med dette rimelig å anta at høy grad av ekstroversjon kan samsvare med brukshyppighet av IKT, dog ser faktoren ut til å ha større sammenheng med de sosiale plattformene (jf. Microsoft Yammer). Det må riktig nok understrekes at det ikke er foretatt personlighetstesting i forbindelse med dette studiet, grad av ekstroversjon er kun blitt målt etter informantenes egen vurdering. Det er i den sammenheng sentralt å påpeke at det kan være andre ukjente variabler som kan påvirke aktivitet på sosiale plattformer.

5.1.2 Grad av åpenhet

Hvorvidt informanten er åpen for nye systemer ser i større eller mindre grad ut til å prege motstand til innføringen av nye IKT systemer på arbeidsplassen. Denne faktoren så ut til å være en sentral årsak til motstand innad utvalget i denne undersøkelsen da den gjentok seg hyppig. Med henhold til psykologien gjenspeiler personlighetsdimensjonen åpenhet graden av intellektuell nysgjerrighet og behov for variasjon en person har. Videre heter det at dimensjonen beskriver i hvilken grad en person er opptatt av fantasi og uavhengighet ovenfor strenge rutiner. Personer som preges av høy grad av åpenhet er ofte nysgjerrige og villige til å prøve nye ting. Lav grad av åpenhet preges i større grad av et behov for rutiner og forutsigbarhet og vil oftere være skeptiske til å prøve nye ting (Passer, et al. 2009, 685-686). Teorien er i tråd med funn fra denne undersøkelsen da samtlige som oppga at de var opptatt av rutiner også var de som antydte at de var kritiske til innføringen av nye IKT systemer. Disse opplysningene kan være sentrale i forståelsen av hvordan medarbeidere tilnærmer seg implanteringen av nye IKT systemer.

5.2 Rolle

Som følge av analysen framstår en faktor som svært sentralt blant utvalget. Flere av informantene opplyser at en årsak til om de benytter seg av IKT eller ikke bunner i hvorvidt det er vesentlig for arbeidsoppgavene og funksjonen som sådan. Resultatene fra analysen antyder at informantene oppfatter relevans i henhold til rollens funksjonalitet og posisjon som viktige pådrivere for hvordan de tilnærmer seg IKT på arbeidsplassen. Faktorene som utpeker seg er hvorvidt IKT plattformen er vesentlig i forhold til rollens funksjon og posisjon, samt hvorvidt rollen fungerer som et viktig forbindelsesledd til flere aktører og hvorvidt kanalen kan gi nyttig informasjon i forbindelse med arbeidsoppgavene.

5.2.1 Funksjon

Ethvert yrke er i større eller mindre grad preget av delegering, teamarbeid og nettverkssamarbeid mellom aktører. Det betyr at enkelte arbeidsoppgaver i større grad krever samhandling og koordinering mellom flere aktører mens andre kan utføres noe mer selvstendig (Jacobsen og Thorsvik 2013). Med dette vet vi at noen yrker krever mer omfattende kommunikasjon enn

andre, det vil si at arbeidsformen er mer kollektive mens andre er mer individuelle. Behovet for koordinering og samhandling ser ut til å korrelere med informantens arbeidsoppgaver, hvilket er i tråd med teorien.

5.2.2 Posisjon

Koordinering og samhandling i organisasjoner foregår gjennom kommunikasjonsnettverk. Kommunikasjonsnettverk kan gå både horisontalt og vertikalt. Horisontal kommunikasjon er kommunikasjon mellom unike enheter på samme nivå, for eksempel mellom kolleger eller avdelinger. Vertikal kommunikasjon er kommunikasjon mellom ledere og underordnede. Behov for informasjonsflyt er ofte knyttet til stilling og kommunikasjonsroller (Jacobsen og Thorsvik 2013, 289-291). Ansatte kan ha ulike typer roller som kan være av strategisk betydning for organisasjon i organisasjoner. Kommunikasjonsrollen gjenspeiler i hvilken grad og hvordan den ansatte formidler informasjon til andre aktører. ”Senter” er personer som mange kommuniserer med. I svært mange tilfeller vil dette være ledere (Jacobsen og Thorsvik 2013, 291-296). Det vil si at personer som har en rolle som bærer preg av at dette (jf. Senter) vil ha et større behov for å kommunisere med andre. Implisitt med dette vet vi at ledere i større grad har behov for å kommunisere. I tråd med teorien opplyser informantene som jobber som ledere og/eller driftsansvarlige at de har et større behov for å kommunisere i sitt arbeid. Videre antyder funn fra analysen at kommunikasjonsroller varierer i samsvar med holdning til IKT. Funnene fra dette studiet kan videre danne forståelse vedrørende støtte og motstand i forbindelse med implementering av nye elektroniske kanaler i lys av den ansattes posisjon framfor generasjon.

5.3 Kategoriernes egenskaper og verdier

Som resultat av analyse er kategoriene personlighet og rolle identifisert. Matrisen på neste side er en illustrasjon av koding for motstand til IKT. Matrisen illustrer kategoriernes egenskaper og mulige verdier som kan påvirke generasjonenes tilnærming. Personlighet kan ifølge denne teorien ha to ulike egenskaper, henholdsvis grad av ekstroversjon og grad av åpenhet. Grad av ekstroversjon kan ha verdien høy eller lav. Lav grad av ekstroversjon, det vil si *introversjon*, kan se ut til å fremprovosere motstand, spesielt i forbindelse med sosiale plattformer. Grad av åpenhet kan ha verdien høy eller lav. Personer som antyder lav grad av åpenhet er ifølge denne teorien disponert til å stille seg kritiske til implementering av ny IKT. Videre kan rolle ha egenskapene

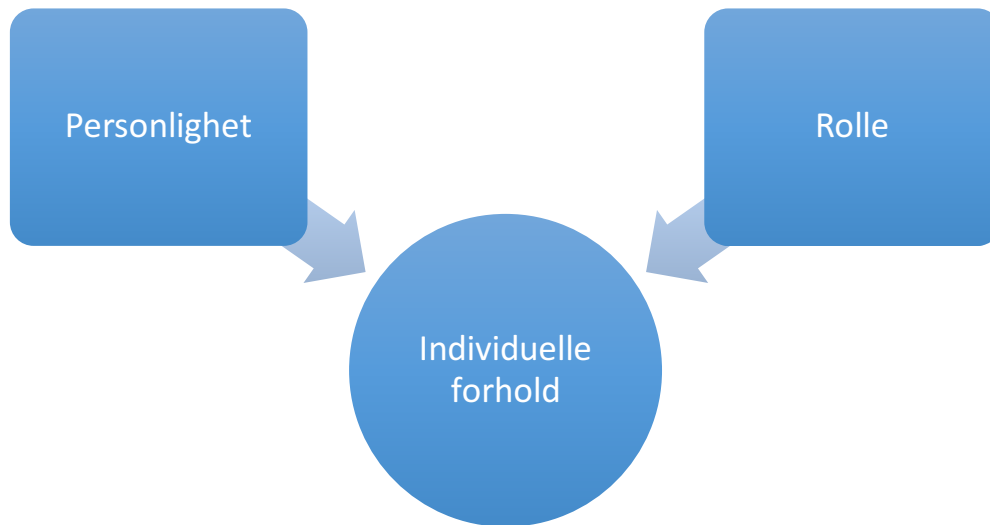
funksjon og posisjon. I forbindelse med rollens funksjon er verdiene relevant og uvesentlig identifisert. Det betyr at dersom plattformen er uvesentlig i henhold til rollen er sjansen større for at den ikke blir benyttet. Videre kan posisjon ha verdiene leder eller blir ledet. Ledere har ofte et høyere kommunikasjonsbehov enn de som blir ledet som videre ser ut til å være tilnærmingen.

| Kategori | Generelle egenskaper | Mulige verdier |
|--------------|--|--|
| Personlighet | <ul style="list-style-type: none"> ○ Grad av ekstroversjon ○ Grad av åpenhet | <ul style="list-style-type: none"> ○ Høy ekstroversjon – lav ekstroversjon ○ Høy åpenhet – lav åpenhet |
| Rolle | <ul style="list-style-type: none"> ○ Funksjon ○ Posisjon | <ul style="list-style-type: none"> ○ Relevant – uvesentlig ○ Leder – blir ledet |

Tabell 2: Kategoriernes egenskaper og verdier

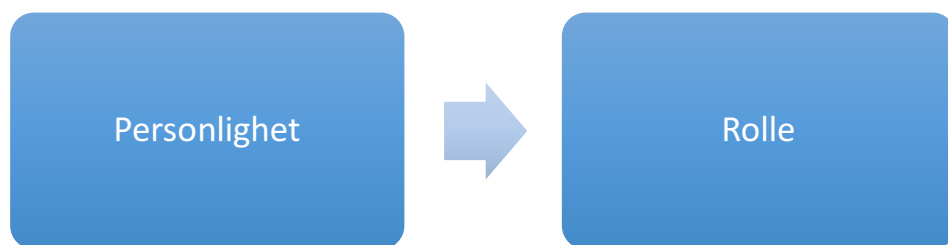
5.4 Individuelle forhold

Faktorer som personlighet og rolle kan se ut til å prege innstilling og holdning til IKT i større grad enn alder og generasjonstilhørighet. Personlighet og rolle kan videre sees i forbindelse med individers individuelle forhold. Modellen nedenfor demonstrerer denne sammenhengen.



Figur 4: Relasjonen mellom kategoriene

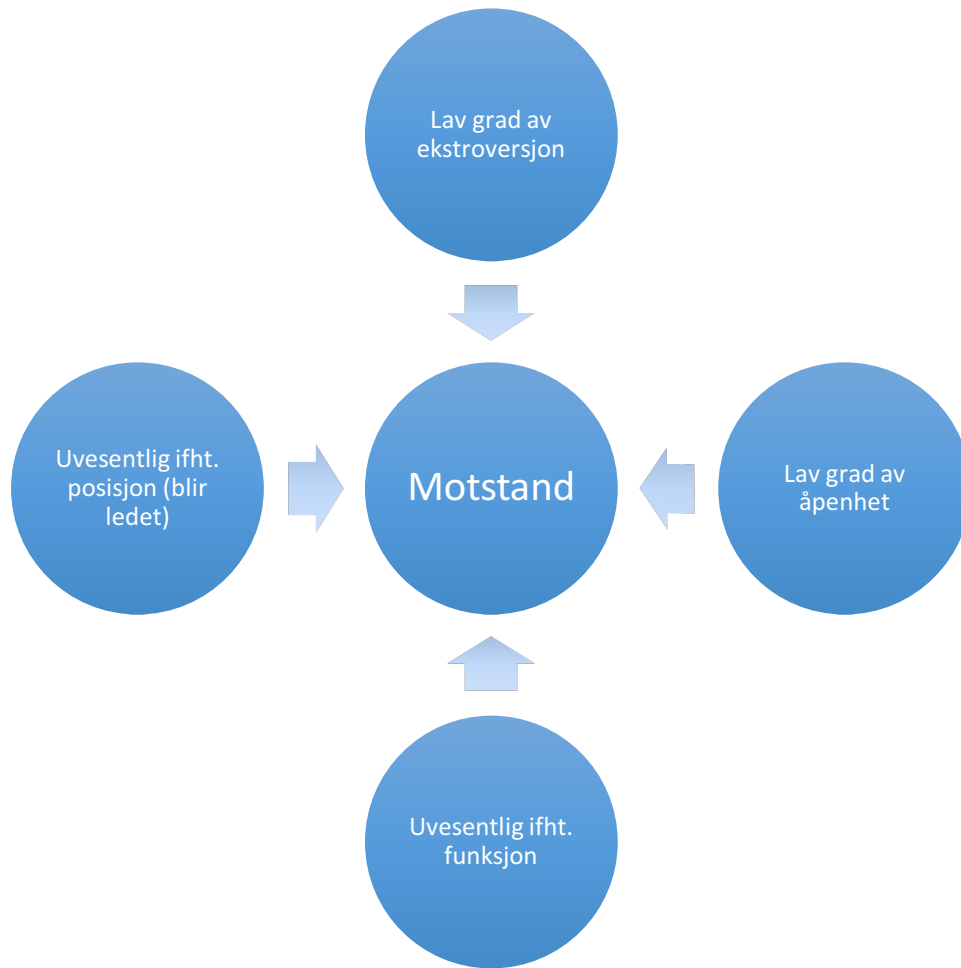
Det kan synes som om individets rolle i organisasjonen mer er et resultat av individets personlighet enn tilfeldige faktorer. Dersom dette er tilfellet kan man videre argumentere for at rolle blir en underkategori til personlighet. Jeg observerer under analysearbeidet at respondentene som beskriver seg selv som ekstroverte er de som har rollen som selgere i organisasjonen, et yrke som krever samhandling og åpenhet overfor andre. I den sammenheng kan jeg vise til Holland (1997) som i sin modell for yrkesvalg og interesser inndeler yrkeslivet i en sekskantet grafisk modell. I følge Holland (1997) er valg av yrke et uttrykk for individets personlighet og at valg av yrke er et sentralt aspekt ved individets personlighetstrekk. Holland hevder at det eksisterer et samsvar mellom personlighet og valg av yrke. Modellen nedenfor demonstrerer denne relasjonen og illustrerer at personlighetstrekk har stor betydning for hvilket yrke den enkelte velger.



Figur 5: Relasjonen mellom underkategoriene

5.5 Overordnet modell

Faktorene som utpeker seg og kan antyde en forklaring som følge av analysen beskrevet ovenfor er personlighet og rolle. Faktorene antyder videre en forklarings som omhandler grad av ekstroversjon, grad av åpenhet, rollens funksjon og posisjon. Kategoriene er videre samlet under samlebegrepet individuelle forhold. Modellen nedenfor illustrerer denne relasjonen og danner grunnlag for overordnet modell på bakgrunn av utledet teori.



Figur 6: Overordnet teoretisk modell

6.0 AVSLUTNING

Det kan synes som opplevde forskjeller mellom generasjoner mer handler om fordommer enn reelle ulikheter. Det kan i følge min enkle studie synes som om tilegnelse og bruk av ny teknologi

dreier seg mer om personlighet og rolle enn aldersmessige begrensinger eller generasjonstilhørighet. Det kan videre synes som om likhetene på tvers av generasjoner blir undervurdert i en rekke undersøkelser, det er ikke alle som har samme behov for brå endringer, samtidig ønsker de aller fleste å lære og utvikle seg hvis de ser fordeler for egen del og i sin rolle. Det kan dermed se ut som de fleste såkalte generasjonsforskjellene jevnes over tid og framstår mer som en myte enn virkelighet.

Fordommer rundt generasjonsforskjeller kan i verste fall føre til økt diskriminering, mindre inkludering og mindre mangfold i arbeidslivet i et samfunn som har behov for at flere og flere står lengre i arbeidslivet. Dette aktualiserer etter min mening behov for god ledelse som evner å motivere og legge til rette for den enkeltes individuelle behov og ønsker.

6.1 Konklusjon

Forskning i denne undersøkelsen har vist hvordan fire generasjoner tilnærmer seg informasjon- og kommunikasjonsteknologi samt implementeringen av nye elektroniske kanaler i en organisasjoner. Det kan på bakgrunn av funn med basis fra dette studiet være interessant å merke seg at faktorer som ser ut til å prege generasjonenes tilnærming til informasjon- og kommunikasjonsteknologi og implementering av disse i større grad omhandler individuelle forhold framfor generasjonstilhørighet som tidligere antatt. Resultatene har gitt en pekepinn på at motstandsattferd i forbindelse med implementering av nye informasjon- og kommunikasjonsteknologi i større grad påvirkes av personlighet og rolle (jf. individuelle forhold). Analysen viser ytterligere at underliggende faktorer knyttet til personlighet som lav grad av åpenhet og introversjon kan samsvare med motstand. Videre viser resultatene at relevans i forhold til rollens funksjon og posisjon kan ha betydning og prege tilnærmingen til informasjon- og kommunikasjonsteknologi.

6.2 Metodiske svakheter

Det bør poengteres at resultatet knyttet til dette studiet ikke nødvendigvis kan generaliseres utover undersøkelsens rammer. Resultatene kan imidlertid reise en rekke interessante spørsmål som kan begrense fordommer knyttet til generasjoner og danne grunnlag for videre forskning.

Da denne undersøkelsen ble gjennomført av kun en forsker er det viktig å påpeke mulige feilkilder som kan ha påvirket resultatet. Det er blant annet rimelig å anta at analysearbeid i en undersøkelse bestående av kun *en* forsker i større grad er utsatt for subjektiv tolking, noe det i utgangspunktet er krevende å unngå i kvalitative studier. Dette kan ha hatt konsekvenser for hvilke data som har blitt samlet inn og hvilke fenomener som har fått størst fokus.

Begrenset tid og ressurser til rådighet har påvirket utvalgsstørrelsen i forbindelse med dette studiet. Hvilket i sin tur svekker undersøkelsens totale gyldighet. Utvalget er dermed ikke stort nok til å representere populasjonen. Det er rimelig å tro at et større utvalg per generasjon kunne henholdsvis understøttet eller avkrefte representativiteten og dermed styrket undersøkelsens totale gyldighet.

Det er samtidig verdt å bemerke seg at forskningstemaet i seg selv kan prege datamaterialet som danner grunnlag for resultatet. Det er for eksempel hensiktsmessig å vurdere hvorvidt informantene bevisst/ubevisst kan ha hatt intensjon om å bekrefte eller avkrefte fordommer knyttet til alder og teknologi. Dette gjelder naturligvis også for forskeren, hvilket i sin tur kan prege undersøkelsens totale gyldighet. Det er samtidig viktig å understreke at det ikke foreligger en personlighetstest som kan henholdsvis bekrefte eller avkrefte hvorvidt personlighetstrekk faktisk korrelerer med teknologisk tilnærming.

Vedrørende begrepsvaliditet er det ikke helt fastslått at vi faktisk måler personlighetstrekkene grad av ekstroversjon og grad av åpenhet.

6.3 Videre forskning

Denne undersøkelsen har reist en rekke interessante spørsmål og avdekket områder som kan bli gjenstand for videre forskning. Forutsatt at individuelle forhold har betydning for tilnærming til informasjon- og kommunikasjonsteknologi kan det videre være interessant å foreta personlighetstester samt kvalitative studier som avdekker hvorvidt personlighetstrekk faktisk kan sees i sammenheng med tilnærming til informasjon- og kommunikasjonsteknologi. Videre kan

det være interessant å studere resultatene i et identitets perspektiv. Dersom forskning likevel kan bekrefte en korrelasjon mellom alder og tilnærming til informasjon- og kommunikasjonsteknologi, kan det være interessant å studere generasjonsforskjellene i et longitudinelt perspektiv da de digitale innfødte på et tidspunkt vil bli like gamle som de digitale immigrantene og dermed inneha samme forutsetninger.

3.0 LITTERATURLISTE

- Anderson, Heather J., John E. Baur, Jennifer A. Griffith, og M. Ronald Buckley. 2016. «What works for you may not work for (Gen)Me: Limitations of present leadership theories for the new generation.» *The Leadership Quarterly*, 16.
- Askheim, Ola Gaute Aas , og Tor Grenness. 2008. *Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag*. Oslo: Universitetsforlaget.

- Brønn, Peggy Simcic, og Jan Ketil Arnulf. 2015. *Kommunikasjon for ledere og organisasjoner*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Corbin, Juliet, og Anselm Strauss. 2008. *Basics of Qualitative Research* . 3e. California: Sage Publication, Inc. .
- Deal, Jennifer J., David G. Altman, og Steven G. Rogelberg. 2010. «Millennials at Work: What We Know and What We Need to Do (If Anything).» *Journal of Business and Psychology*, Juni.
- Gorman, Phil, Teresa Nelson, og Alan Glassman. 2004. «The Millennial generation: A Strategic Opportunity.» *Organizational Analysis*.
- Greenbaum, H.H., og J.L, Jr. Query. 1999. «The new handbook of group communication theory and research.» *Communication in organization work groups: A review and analysis of natural work group studies*, 539-564.
- Holland, John Lewis. 1997. *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments* . 3. utgave. Odessa, FL US: Psychological Assessment Resources.
- Jacobsen, Dag Ingvar. 2016. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 3. utgave. Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Jacobsen, Dag Ingvar, og Jan Thorsvik. 2013. *Hvordan organisasjoner fungerer*. 4 utgave. Fagbokforlaget.
- Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte, og Line Christoffersen. 2016. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 5. 0255, Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Kaufmann, Geir, og Astrid Kaufmann. 2014. *Psykologi i organisasjon og ledelse*. Vol. 4. Bergen: Fagbokforlaget.
- Kuron, Lisa, og Sean Lyons. 2014. «Generational differences in the workplace: A review of the evidence and directions for future research.» *Journal of Organizational Behavior*, Februar.
- Lapointe, Liette, og Suzanne Rivard. 2005. «A Multilevel Model of Resistance to Information Technology Implementation.» *MIS Quarterly*, 461-491.
- McGuire, David, Rune Todnem By, og Kate Hutchings. 2007. «Towards a model of human resource solutions for achieving intergenerational interaction in organisations.» *Journal of European Industrial Training*, 592-608.

- Myers, Kare K., og Kamyab Sadaghiani. 2010. «Millennials in the Workplace: A Communication Perspective on Millennials' Organizational Relationships and Performance.» *Journal of Business and Psychology*, 225–238.
- NAV. 2016. *Forventa pensjonseringsalder og yrkesaktivitet*. NAV.
- Ng, Eddy S., Sean T. Lyons, og Linda Schweitzer. 2012. *Managing the New Workforce: International Perspectives on the Millennial Generation*. 15, Lansdown Road: Edward Elgar Publishing Limited.
- Palfrey, John Gorham, og Urs Gasser. 2008. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books.
- Passer, Michael, Ronald Smith, Andy Bremner, Ed Sutherland, og Michael Vliek. 2009. *Psychology The Science of Mind and Behaviour*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Pearson, J.C, A. Carmon, C. Tobola, og M. Fowler. 2010. «Motives for communication: Why the Millennial Generation uses electronic devices.» *Journal of the Communication, Speech & Theatre Association of North Dakota*, 45-55.
- Skorstad, Espen. 2008. *Rett person på rett plass: Psykologiske metoder i rekruttering og lederutvikling*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- STORE NORSKE LEKSIKON. u.d. *SNL*. Funnet mars 31, 2017. <https://snl.no/IKT>.
- Twenge, Jean M., Stacy M. Campbell, Brian J. Hoffman, og Charles E. Lance. 2010. «Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing.» *Journal of Management*, September: 1117-1142.
- Universum. 2017. *Generations Series 2017: Brave New Workplace*. Universal Global: Universum Global.

Vedlegg I: Intervjuguide

| Tema | Spørsmål |
|--|---|
| <p>Fase 1: Introduksjon</p> <p>(5-10 minutter)</p> <p><i>Introduksjon av tema samt praktisk informasjon vedrørende intervjuet.</i></p> <p><i>Informantens bakgrunn.</i></p> | <p><i>Konfidensialitet, behandling av data, lydopptak, tid, o.l. Fokus på å skape tillit og avklare sentrale begreper.</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. <i>Ansiennitet</i>2. <i>Stilling</i>3. <i>Utdanning</i> |
| <p>Fase 2:</p> <p>Nøkkelsspørsmål</p> <p>(20-30 minutter)</p> <p>Tema: IKT generelt</p> <p>Tema: Intern kommunikasjon og IKT i organisasjonen</p> <p>Tema: Implementering av ny IKT</p> | <p>4. Hvordan kommuniserer du digitalt på fritiden? Utdyp gjerne hvilke digitale kommunikasjons kanaler du benytter (plattformer, kanaler m.m).</p> <p>5. Hvordan kommuniserer du digitalt på jobb? Utdyp gjerne hvilke digitale kommunikasjons kanaler du benytter (plattformer, kanaler m.m).</p> <p>6. Hvordan opplever du den digitale kommunikasjon internt på denne arbeidsplassen? Vil du si at den er effektiv? <i>Hvis ja</i>; På hvilken måte? <i>Hvis nei</i>; På hvilken måte vil du si at den ikke er effektiv?</p> <p>7. Hva mener du er viktige egenskaper ved digitale kommunikasjonsverktøy på en arbeidsplass?</p> <p>8. I fjor ble det implementert et nytt IKT system her i bedriften. Husker du hvordan du reagerte på dette?</p> |

| | |
|--|---|
| <p>Tema: Motstand</p> | <p>9. Kan du beskrive hvordan du opplever dette i dag? Har holdningen din endret seg? <i>Dersom den har det</i>; hva tror du er årsaken til dette?</p> <p>10. I anledning ledermøtet i januar 2017 ble bruken av ”WhatsApp” foreslått til intern kommunikasjon. Hvordan reagerte du på dette?</p> <p>11. Dette forslaget er foreløpig blitt stanset. Hva tror du er årsaken til dette?</p> <p>12. Ville du kalt dette motstand?</p> |
| <p>Fase 3: Oppsummering (5-10 minutter)</p> | <p>Oppsummer hovedfunn.</p> <p><i>13. Har jeg forstått deg riktig?</i></p> <p><i>14. Er det noe du vil legge til?</i></p> |

Vedlegg II: Statistikk (aldersfordeling, TusenFryd AS)

| Hva | Antall | Prosent |
|----------------------|--------|---------|
| Antall sesongansatte | 724 | |
| Nye TusenFrydere | 324 | 44,8 % |
| Veteraner | 400 | 55,2 % |
| Jenter | 461 | 63,7 % |
| Gutter | 263 | 36,3 % |
| Alder 14 | 2 | |
| Alder 15 | 66 | |
| Alder 16 | 177 | |
| Alder 17 | 172 | |
| Tot alder u 18 | 417 | 57,6 % |
| Over 18 år | 307 | 42,4 % |
| 1 års ansiennitet | 175 | 24,2 % |
| 2 års ansiennitet | 89 | 12,3 % |
| 3 års ansiennitet | 50 | 6,9 % |
| 4 års ansiennitet | 29 | 4,0 % |
| 5 års ansiennitet | 10 | 1,4 % |
| 6-12 års ansiennitet | 47 | 6,5 % |

Vedlegg III, side 1: Transkribering

Hvem intervjues: Baby Boomer (I, 56 år)

Utsyr: Penn, papir, båndopptaker

Sted: Fryds Vei 25, 1407 Vinterbro

Deltakere: Intervjuer, Baby Boomer (I, 56 år)

Intervjuer: Hvor lenge har du jobbet på TusenFryd?

Intervjuet: *Siden 96. Det blir vel 21 år.*

Intervjuer: Kan du fortelle meg litt om stillingen din? Beskriv gjerne arbeidsoppgavene dine.

Intervjuet: *Jeg er lønnsansvarlig. Ansvar for alt som vedrører lønn fra a-å. Ferdig sendt inn til regnskap. Det er jo alt som skal inn på lønnslippen. I tillegg har jeg alt som har med fraværs biten til ferdige statistikker. For å få det til sant må jeg ha sykdomsdokumentasjoner. Og jeg har vel fem forskjellige programmet som jeg oppdaterer meg på, også egne papirer underveis. Det er mest heftig i sesongen da.*

Intervjuer: Er du utdannet? I fall, hvilken utdanning har du?

Intervjuet: *Jeg har jo det som i dag heter videregående og regnskap som jeg har lest privat, men jeg har tatt de prøver og kurs som trengs i forbindelse med lønn. I tillegg tok jeg kurs i driftsøkonomi på kveldstid. Hele biten med kalkyle og analyser. Jeg har med andre ord den videreutdanningen jeg trenger i forhold til regnskap. Det går på økonomi, markedsføring og ledelse.*

Vedlegg III, side 2: Transkribering

Intervjuer: Vi skal prate litt om hvordan du forholder deg til teknologi på fritiden. Hvordan kommuniserer du digitalt på fritiden? Utdyp gjerne hvilke digitale kommunikasjons kanaler du benytter. For eksempel hvilke plattformer og kanaler du benytter.

Intervjuet: *Det er hovedsakelig at jeg bruker mail og telefon. SMS. Ikke noe spesielt annet nei.*

Intervjuer: Hva med i jobbsammenheng da? Er det noen forskjeller?

Intervjuet: *Jeg bruker hovedsakelig mail. Det er jeg fornøyd med. Og en sjeldent gang SMS. Ellers så hopper jeg ikke på. Ikke så glad i telefon på grunn av høreapparatene mine, men selyfølgelig bruker jeg det av og til. Ellers har vi jo den interne Yammer. Der er jeg bare inne og kikker en sjeldent gang og kanskje trykker "like". Ellers så "hopper jeg ikke på". Heller ikke Facebook, i hvert fall ikke i jobb sammenheng.*

Intervjuer: Bruker du Facebook på fritiden da?

Intervjuet: *Ja sånn sporadisk, men ikke i jobb sammenheng. Ellers er det SMS, men det er privat ikke på jobb. Men jeg kommuniserer veldig lite fordi jeg på en måte har "hele biten" selv, altså prosessen. De andre avdelingene leverer jo bare bilag til meg. Alle den faste lønna har jeg i forbindelse med kontrakter de har levert. Ellers er det ingen annen variasjon enn at de leverer bilag en gang i måneden, refusjoner eller lignende.*

Intervjuer: Du nevnte at du var en sjeldent gang innom Microsoft Yammer. Kan du fortelle litt mer om det? Hvorfor er du der bare en sjeldent gang?

Intervjuet: *Jeg er ikke sosial, enkelt og greit. Det er bare sånn jeg er.*

Intervjuer: Åja, så du tenker at det kan ha noe med personligheten din å gjøre? Forstår jeg deg rett da?

Intervjuet: *Ja, det gjør jeg.*

Intervjuer: Er det noe du synes er vanskelig? Yammer for eksempel?

Intervjuet: *Nei jeg forstår til en viss grad hvordan det funker, men jeg er som sagt ikke så sosial så jeg er ikke sånn som skriver så mye der. Men jeg kommuniserer veldig lite fordi jeg på en måte har "hele biten" selv, altså prosessen. De andre avdelingene leverer jo bare bilag til meg. Derfor*

Vedlegg III, side 3: Transkribering

velger bort det jeg ikke har bruk for. Men det er de type kanalene jeg ikke trenger for å utføre jobben min. For eksempel Yammer.

Intervjuer: Hvordan opplever du den digitale kommunikasjon internt på denne arbeidsplassen? Vil du si at den er effektiv? *Hvis ja; På hvilken måte? Hvis nei; På hvilken måte vil du si at den ikke er effektiv?*

Intervjuet: *Jeg føler at den biten jeg bruker er veldig grei (mail). Men jeg føler at jeg ikke henger med på alt det andre som har kommet, det veldig sosiale. Jeg har valgt det bort på en måte fordi jeg er veldig opptatt av det jeg skriver. Jeg liker ikke skrive så veldig mye.... for ofte skriver du noe fordi du tror det er morsomt, men så går det en liten stund og da er det kanskje ikke så morsomt.*

Intervjuer: I fjor ble det implementert et nytt IKT system her i bedriften. Husker du hvordan du reagerte på dette?

Intervjuet: *Alle de nye mediene får jeg sånt forhold til (sperrer hendene). Derfor velger jeg det bort. Alt det nye. Det tar for mye energi å sette seg inn i. Jeg spanderer ikke den energien. På godt norsk, "jeg henger ikke med. Jeg vet at det finnes en god del nye "på huset". Det vet jeg, men ikke sånt som jeg trenger for å få gjort jobben sånn som jeg føler. Jeg har ikke adoptert det.*

Intervjuer: Hva tror du er årsaken til at du ikke har "adoptert" det?

Intervjuet: *Jeg er ikke så flittig bruker. Jeg går jo inn på Yammer, en sjeldent jeg skriver noe. Kanskje litt "likes" her og der. Men der ser jeg at det er en del kommunikasjon der. Jeg får melding på mail når det er aktivitet på Yammer, på den måten får jeg følge med. Men jeg er som sagt ikke en flittig bruker. Derfor velger bort det jeg ikke har bruk for. Men det er de type kanalene jeg ikke trenger for å utføre jobben min. For eksempel Yammer.*

Intervjuer tilbakefører stikkord.

Intervjuet får anledning til å legge til noe.