



Självständigt arbete (examensarbete), 15 hp, för
Kandidatexamen i Psykologi
VT 2020
Fakulteten för lärarutbildning

Medarbetarengagemang och dess samband med intern kommunikation och kommunikationsstilar på arbetsplatsen

Thomas Olsson

Författare

Thomas Olsson

Titel

Medarbetarengagemang och dess samband med intern kommunikation och kommunikationsstilar på arbetsplatsen.

Engelsk titel

Employee engagement and its relation to internal communication and communication styles at work.

Handledare

Öyvind Jörgensen

Examinator

Jimmy Jensen

Sammanfattning

Medarbetarengagemanget världen över anses vara förhållandevis lågt (Gallup, 2017). Tidigare vetenskapliga studier påpekar till exempel arbetsmiljö, erkännande av den enskildes arbete, det sociala klimatet på arbetsplatsen, påverkan av personlighet samt tillfredsställelse med intern kommunikation som essentiella för ett gott medarbetarengagemang på arbetsplatsen. Respondenterna (N=52) i denna studie rekryterades huvudsakligen via mail och sociala medier, både kommunala verksamheter och större privata företag kontaktades. Respondenterna fick lämna svar om deras egen upplevelse kopplat till aktuellt undersökningsområde utifrån ett digitalt utformat frågeformulär. Resultaten visade att om man som medarbetare upplevde att man blev kommunicerad till genom eftertänksamhet och konsistenta budskap, blev delaktig i samt kontinuerligt upplyst om organisationen genom tydligt förmedlad information var det de viktigaste delarna för ett gott medarbetarengagemang på arbetsplatsen. Funna samband mellan intern kommunikation och engagemang bidrog till att slutsatser kunde dras om att den förmedlade kommunikationens innehåll och struktur hade betydelse för medarbetarens upplevda engagemang. Korrelationer mellan kommunikationsstil och engagemang visade att endast frågvis kommunikationsstil hade ett signifikant samband med medarbetarengagemang. Denna studie kunde i förhållande till tidigare vetenskapliga fynd ge stöd för att det finns samband mellan medarbetarengagemang, nöjdhet med intern kommunikation samt kommunikationsstil.

Ämnesord

Medarbetarengagemang, Intern Kommunikation, Kommunikationsstil, UWES, UPZIK, CSI

Author

Thomas Olsson

Title

Employee engagement and its relation to internal communication and communication styles at work.

Supervisor

Öyvind Jörgensen

Examiner

Jimmy Jensen

Abstract

Employee engagement is considered to be comparatively low around the world (Gallup, 2017) previous scientific studies mention factors such as work environment, recognition of the individual's work, the social climate in the workplace, the influence of personality and satisfaction with internal communication as essential to increase employee engagement in the workplace. In this study respondents (N=52) were recruited by mail or social medias and from both private sector and municipal administration, they answered questions about their own experience related to the current scope of survey based on a digitally designed questionnaire. The results showed that as an employee experience that one was communicated to by thoughtful and consistent messages, to be included and informed about the organization by accurate mediated information tends to be the most important parts for employee engagement. Relational findings between engagement and internal communication showed that the content and structure of the communication mediated has relevance to employees perceived levels of engagement. Correlations showed that only the communication style questioningness had a significant connection to employee engagement. After close examinations of the correlations and regression analysis between employee engagement, satisfaction with internal communication and communication style this report has found support for significant findings that confirm earlier findings.

Keywords

Employee Engagement, Internal Communication, Communication style, UWES, UPZIK, CSI

Medarbetarengagemang definieras och beskrivs på olika sätt inom litteraturen och nedan följer några kortfattade förklaringar gällande detta. En anledning till att idén till denna studie uppkom var rapporter om att personer världen över som ansåg att de var engagerade, involverade i och entusiastiska gällande sitt arbete endast uppgick till 15% enligt Gallups rapport från 2017. Totalt sett var 85% av anställda världen över inte engagerade eller aktivt oengagerade på sina arbeten menade Gallup som genom enkätundersökningar och klientdatabasen Gallup World Poll samlat data baserad på svar från 1000 personer per land i 150 länder. I Västeuropa visade sig siffran för engagemang vara låg, den landade på endast 10% i Gallups studie och i Sverige hamnade siffran på låga 14%. Gallup använde för denna studie ett undersökningsmaterial kallat Q12 som innefattade 12 element baserade på fyra områden: grundläggande behov, individuella behov, samarbetsbehov samt behov för personlig utveckling. Gallup beskrev tillståndet för engagemang som att personen upplevde att den var involverad i, drivande i utförandet av arbetsuppgifter och aktivt delaktig i organisationens utveckling. Personer som inte var engagerade beskrevs som att de inte hade psykisk anknytning till arbetsplatsen. På grund av att de inte upplevde att deras engagemangsbehov blivit uppfyllade lade de tid, men inte energi och passion, på sitt arbete. Organisationer som bemötte grundläggande mänskliga behov för psykologiskt engagemang som positiva arbetsrelationer, kontinuerlig erkännande och möjligheter till personlig utveckling fick ut det mesta av sina anställda. Medarbetare som upplevde att deras åsikt räknades kände sig sannolikt mer personligt engagerade i arbetet skrev Gallup i sin rapport (Gallup Inc, 2017).

Engagemang kan betraktas som en paraplyterm som genom åren undersökts inom flertalet ämnesområden så som psykologi, sociologi och ekonomi. Man har i tidigare studier undersökt engagemang inom organisationer, arbetsgrupper, individer och ledarskap. Dock har fokus mestadels kretsat kring organisatoriskt beteende samt ledarskapets påverkan på medarbetarengagemang. I vardagligt tal har engagemang likställts med involvering, åtaganden, passion, entusiasm, absorption samt fokuserad ansträngning och energiförstärkning. Till exempel beskrev Merriam-Webster-ordboken engagemang som en känslomässigt betingad involvering eller åtagande och som det psykologiska tillståndet av att vara uppslukad av något (Schaufeli, 2012).

Kahn (1990) var tidig med att kategorisera tre typer för hur engagemang på arbetsplatser uppstod: Meningsfullhet - om den anställde fann sitt arbete meningsfullt nog att motivera och engagera sig själv i sitt arbete, säkerhet – om den anställde kände sig trygg nog att involvera sig själv i arbetet utan att riskera negativa konsekvenser, tillfredsställelse – om den anställde kände sig tillräckligt psykiskt och fysiskt tillfredsställd för att involvera sig i arbetet. Kahn menade att engagemang grundade sig i hur man använde sig av organisationsmedlemmar kopplat till deras arbetsroller. Att människor uttryckte sitt engagemang genom fysiska, kognitiva och emotionella uttryck kopplade till deras rollprestanda. När människor istället var oengagerade försvarade de sig genom fysiska, kognitiva och emotionella uttryck. Som exempel hanterade engagerade anställda uppgifter utan att bli tillfrågade, inte för att de var tvungna utan för att de ville och eftersom de upplevde att deras extra ansträngning skulle gynna organisationen.

Engagemang på arbetsplatsen är ett relativt nytt forskningsområde och har inte undersökts i någon större omfattning i synnerhet vad gäller medarbetarens perspektiv (Menara, Ruck & Welch, 2017). De flesta artiklar som gick att finna handlade om ett perspektiv taget ur en ledares synvinkel. Det fanns dock ett begränsat antal forskningsartiklar att tillgå som tog upp medarbetarens perspektiv och utforskade dennes engagemang.

Schaufeli et al. (2006) ville utveckla ett frågeformulär, Utrecht Work Engagement Scales - UWES, för att undersöka medarbetarengagemangets samband med utbrändhet. Enligt studien kunde engagemang på arbetsplatsen beskrivas som ett positivt, fullbordat och arbetsrelaterat

sinnestillstånd som karakteriserades genom tre dimensioner kraft (vigour), engagemang och hängivenhet (dedication) samt absorption, en definition för när engagerade medarbetare demonstrerade höga nivåer av energi när de arbetade och uttryckte detta genom att de involverade sig i saker, var uppslukade av deras arbete samt uttryckte en passion och entusiasm över det arbete de utförde.

Macey och Sneijder (2008) definierade genom metaanalys och litteraturanlys några olika definitioner för vad som kännetecknade engagemang. De menade att själva begreppet engagemang var tvetydigt och hanterades olika av akademiker, forskare och utövare och att en tydligare definition därför var nödvändig att upprätta. Man landade i att det existerade tre olika nivåer för tillståndet engagemang. Trait engagement (till exempel disposition, cognition) - kännetecknade ett positivt förhållningssätt till livet och arbetet. Psychological state engagement (i.e., affection, emotions) – var att känna sig energifylld och positivt uppslukad av något som exempelvis sitt arbete. Behavioral engagement (i.e., behaviors) - innehöll åtgärder som trots given specifik referensram, gick utöver vad som var typiskt, vanligt och / eller förväntat. Macey & Sneider menade att detta tillstånd av engagemang bestod av både attityds- samt beteendemässiga komponenter.

Intern kommunikation

Begreppet kommunikation innefattar många olika delar så som verbal kommunikation, icke verbal kommunikation, dold kommunikation eller indirekt kommunikation som innebär att man även kommunicerar genom förmedling av känslor, tankar eller behov (Helkama, Myllyniemi, Liebkind, 2000). Detta var inget som denna studie valde att fokusera på ytterligare men nämns i korthet här då kommunikation är ett svårdefinierat begrepp och innefattar individuella olikheter som baseras på miljö, sociala roller, identitet och samspel mellan individer vilket kan försvåra förståelsen för- samt tolkningen av den (Ivanov, Werner, 2010). Den form av kommunikation denna studie syftade till var intern kommunikation som innefattar all kommunikation som sker inom en organisation. Denna studie lade särskilt fokus vid hur budskap förmedlades från ledning till medarbetare ur ett medarbetarperspektiv.

Kang och Sung (2017) undersökte samband mellan engagemang och intern kommunikation. Efter faktoranalys fann författarna tydliga samband mellan intern kommunikation och medarbetarengagemang särskilt när symmetrisk kommunikation rådde. Symmetrisk intern kommunikation kännetecknades bland annat av när förtroende, trovärdighet, öppenhet, goda relationer, ömsesidighet, horisontell kommunikation (till skillnad från envägskommunikation) och feedback rådde. Fynden visade sig även ha en nyckelroll i att positivt påverka medarbetarens egna kommunikativa beteenden menade författarna. Författarna ansåg att det var framgångsrikt att arbeta med relationer mellan hierarkier inom organisationen och interna kommunikativa åtgärder för att positivt påverka den övergripande effektiviteten. Författarna menade dock att den koreanska kulturen och det kollektivistiska förhållningssättet kan ha gett andra resultat i jämförelse med det västerländska och mer individualistiskt inriktade förhållningssättet.

Vercic och Vokic (2017) undersökte i sin studie relationen mellan grad av tillfredsställelse med intern kommunikation och medarbetarengagemang på arbetsplatsen. Åtta dimensioner av tillfredsställelse med intern kommunikation (Internal communication satisfaction questionnaire - UPZIK) undersöktes i förhållande till tre dimensioner av medarbetarengagemang (UWES). Författarna uppskattade att variansen för medarbetarengagemang till 34.3% kunde förklaras av nöjdheten med feedback som innefattade information om konsekvensen av att utföra ett undermåligt arbete, information om hur mycket personen i fråga bidrog med till organisationens framgångar, information om hur mycket personens arbete uppskattades inom organisationen

samt informell kommunikation som innefattade antalet beslut som baserades på informell kommunikation, mängden skvaller inom organisationen, tiden som personen tillbringade med informell kommunikation och användbarheten av information som kommit genom informella kanaler. Enligt författarna (Vercic, Vokic, 2017) var tillfredsställelse med feedback, informell kommunikation och kommunikation under möten mest relevant för tillfredsställelse med den interna kommunikationen. Kommunikation under möten innefattade hur väl organiserade möten upplevdes som personen i fråga deltagit i, hur användbar informationen var, om informationen upplevdes som relevant för arbetet och mötens varaktighet. Även öppna kanaler vid kommunikation mellan ledning och medarbetare samt att ledning delade med sig av information till medarbetare var viktiga delar som påverkade medarbetarengagemanget. Resultaten visade att bra strategier med intern kommunikation ledde till ökade resurser kopplat till arbetets autonomi, coaching, feedback på prestation, socialt stöd, upplevd självförmåga, optimism samt ökat självförtroende vilket vidare påverkade processer som ledde till ökat engagemang.

Kommunikationsstilar

En persons kommunikationsstil är det karakteristiska sätt en person sänder verbala (auditiv kommunikation via ord, nyanser, känslomässiga värdeord, och associationer) paraverbala (tonläge, tempo, pausering, andning, röststyrka, intonation, tystnad, skratt) samt icke verbala signaler (ansiktsuttryck, ögonkontakt, ögonrörelser, minspel, gester, kroppsrörelser, hållning, placering) i sociala interaktioner med andra och som kännetecknar vem personen är, vill vara eller framstår som. Samt hur den personen tenderar att relatera till personer som interageras med och på vilket sätt personens budskap ska bli tolkat (Helkama, Myllyniemi, Liebkind, 2000). En persons kommunikationsstil kommer att påverka samtliga relationer personen har under sitt liv och med kommunikationsstilar menas det som innefattar förmedlandet av personlig och icke personlig information, kunskap, åsikter, idéer, känslor samt värderingar (de Vries, Bakker-Pieper, et al., 2009). de Vries et al. (2011) undersökte kommunikationsstil i förhållande till personlighet. De menade att den rådande allmänna uppfattningen inom personlighetspsykologin var att kommunikationsstil var ett uttryck för en persons personlighet. Den spelade också en stor roll i både personliga och professionella relationer, men det hade tidigare varit svårt att fastställa en persons kommunikationsstil. de Vries et al. (2011) skapade CSI (Communication Styles Inventory) som var ett mätinstrument som skulle undersöka sex stycken beteendemässiga kommunikationsstilsdimensioner och var tänkta att symbolisera de vanligaste förekommande kommunikationsstilarna. Kommunikationsstilsdimensionerna innefattade: Uttrycksfullhet - pratsam, konversationellt dominant, humoristisk samt informell kommunikationsstil. Exakthet - strukturerad, eftertänksam, tydlig och konsistent kommunikation. Verbal aggressivitet - arg, auktoritär, respektlös och icke stödjande kommunikation. Frågvishet - okonventionell, filosofisk, nyfiken/frågviss och argumenterande kommunikationsstil. Emotionalitet - sentimental, orolig, spänd, defensiv stil. Manipulativitet - inställsam, charmig, outgrundlig och hemlighetsfull kommunikation.

Vid upprättandet av CSI utgick forskarna från The Big Five, även kallad femfaktorteorin, och tittade på olika skalor för att undersöka personlighet som NEO-PI-R eller HEXACO-PI-R (som var en sex-faktorsmodell). Detta eftersom att forskarna menade att det var rimligt att anta att kommunikationsstil var ett uttryck för en persons personlighet men att det rådde brist på empiriska studier som studerat de sambanden. Forskarnas egna jämförelser mellan skalorna för CSI och skalorna för personlighet visade dock på vissa samband.

Det fanns flertalet studier och modeller som rapporterat om signifikanta samband mellan arbetsengagemang och kommunikation på arbetsplatsen. Denna studie hade hämtat inspiration

från Vercic et al. (2017) studie samt teori om att engagemang påverkades av kvaliteten av den interna kommunikationen som var en av få studier som tog medarbetarens perspektiv i anspråk till förmån för ledarens, som annars var ett perspektiv och undersökningsområde man hittade betydligt fler studier inom. En större skillnad var att denna studie använde de Vries et al. (2011) teori gällande kommunikationsstil för att undersöka samband med medarbetarengagemang. För att få svar på om samband mellan engagemang, tillfredsställelse/nöjdhet med intern kommunikation och kommunikationsstil på arbetsplatsen existerade och hur dessa såg ut valdes följande hypoteser ut:

H1: Personer som kände sig nöjda med hur den interna kommunikationen hanterades på arbetsplatsen skulle känna ett större engagemang i sitt arbete.

H2: Av de sex kommunikationsstilsdimensionerna som undersöktes, skulle dimensionerna uttrycksfullhet och exakthet vara starkast kopplat till medarbetarengagemang. Dessa valdes främst utifrån att de varit centrala i tidigare nämnda studier (de Vries et al., 2011). Samt att de dimensionerna innehöll personlighetsdrag som enligt norm ansågs vara särskilt viktiga vid moderna arbetsplatser.

Metod

Försöksdeltagare

Antal deltagare uppgick till 52 individer där större delen av urvalet hade direkt eller indirekt koppling till artikelförfattaren eller dennes arbetsplats. Antalet män i denna studie var 42, kvinnor 9 och övrigt 1. Utbildningsnivå var grundskola 5, gymnasium 5 och högskola 42.

Instrument

För att undersöka variablerna engagemang, nöjdhet med intern kommunikation samt kommunikationsstil valdes 3 olika frågeformulär ut. Dessa sammanfogades till ett större frågebatteri.

Medarbetarengagemang. För att undersöka engagemang valdes Utrecht Work Engagement Scales -17 (Schaufeli et al., 2006) som var ett tredimensionellt frågeformulär och ett 17-item långt självskattningsformulär innehållandes 3 dimensioner och var fördelat enligt följande: 5 items för att undersöka *dedikation* som kännetecknades av att vara starkt involverad i sitt arbete, 6 items användes för att undersöka *engagemang* och hängivenhet (absorption) något som bland annat kännetecknades av att ha fullt fokus på sina arbetsuppgifter, vara entusiastisk, inspirerad och stolt över sitt arbete, 6 items användes för att undersöka *kraftfullhet* (vigor) som kännetecknades av att medarbetaren hade höga nivåer av energi och var mentalt uthållig i sitt arbete. Kraftfullhet samt dedikation ansågs vara direkta motsatser till utbrändhetssymtom som utmattning och cynism (Maslach, Schaufeli & Leiter, 2001). En 7-poängs Likert-skala användes från 0 = aldrig till 6 = alltid.

Nöjdhet med intern kommunikation. För att undersöka nöjdhet med intern kommunikation valdes UPZIK (Vercic et al., 2006) ut som lämpligt verktyg. Det var ett 8-dimensionellt självrapporteringsformulär med 32 items för tillfredsställelse/nöjdhet med intern kommunikation. De 8 dimensionerna var nöjdhet med feedback, nöjdhet med kommunikation från överordnad, nöjdhet med horisontell kommunikation, nöjdhet med informell kommunikation, nöjdhet med information gällande organisation, nöjdhet med kommunikativt klimat, nöjdhet med kommunikativ kvalitet gällande media samt nöjdhet med kommunikation

vid möten. Artikelförfattaren var i kontakt med en av författarna, Vercic, till studien för att erhålla det specifika appendix som var kopplat till deras studie om intern kommunikation vilket accepterades och artikelförfattaren erhöll således formuläret. En 7-poängs Likert-skala användes från 1 = mycket missnöjd till 7 = mycket nöjd.

Kommunikationsstilar. För att undersöka kommunikationsstilar valdes Communication Styles Inventory (de Vries et. al., 2011), som var ett 6-dimensionellt formulär bestående av 96 items. De 6 dimensionerna var Uttrycksfullhet, Exakthet, Verbal aggressivitet, Frågvishet, Emotionalitet samt Manipulativitet. En 5-poängs Likert-skala användes från 1 = instämmer inte alls till 5 = instämmer helt.

Procedur

Studien var tänkt att genomföras på tre medelstora till större företag i Östergötland, även företag utanför den regionen som var verksamma på nationell samt internationell nivå fanns med i förfrågningslistan. Målet var inledningsvis att 125 stycken anställda vid några av dessa företag skulle delta i studien för att positivt påverka uppsatsens statistiska power och deltagarantalet upplevdes även som rimligt för aktuell tidsåtgång. Eftersom detta visade sig vara långt ifrån möjligt och samtliga förfrågningar endera ignorerades eller avböjdes med hänvisning till tidsbrist, personalomkostnader eller andra förhinder, kontaktades istället slumpmässigt utvalda företag för deltagande i och utanför östgötaregionen. Företagen som kontaktades var både mindre och större. Även statliga myndigheter och kommuner kontaktades och länken delades på sociala forum som Facebook samt LinkedIn. Förfrågan skickades via mail tillsammans med en förklarande text samt bifogad länk till det digitala frågeformuläret som konstruerats genom Google Forms. Appendix från de ursprungliga studierna användes och översattes för bättre förståelse. Samtliga formulär översattes även innan användning. (UWES, UPZIK samt CSI). Ifyllnadstid beräknades till cirka 20 minuter, detta framgick i följebrevet till studien. Därefter samlades data in via Google Forms. Data matades sedan in i IBM SPSS Statistics 24 samt 25 för parametriska tester, korrelationsanalyser samt multipla regressionsanalyser.

Statistisk analys

Korrelationsanalyser och multipel regressionsanalys användes för att undersöka samband mellan variablerna medarbetarengagemang (UWES), intern kommunikation (UPZIK) samt kommunikationsstilar (CSI). Cronbach alpha användes för att undersöka intern konsistens gällande hypotes 1 och mellan skalorna UWES och UPZIK samt hypotes 2 och mellan skalorna UWES och CSI. Hypotes 1 genererade ett starkt värde ($\alpha = .812$). Hypotes 2 genererade ett svagt värde ($\alpha = .300$). Som signifikant resultat för studien antogs ($p < .05$).

Etik

Denna studie har förhållit sig till rådande forskningsetiska principer inklusive de fyra huvudkraven informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet. I studiens följebrev framgick studiens innehåll och syfte. Deltagarna informerades även om deras rättigheter gällande deltagandet. Deltagarna hade möjlighet att kontakta ansvariga för studien om frågor uppstod under processens gång. Eventuella personuppgifter hanterades konfidentiellt.

Resultat

För att testa den första hypotesen med data på intervallskalnivå användes korrelationsanalys samt multipel regressionsanalys för att se om personer som kände sig nöjda med hur den interna kommunikationen hanterades på arbetsplatsen skulle känna ett större engagemang till sitt arbete. Totalskalan för *engagemang i arbetet* (UWES) användes som utfallsvariabel och åtta indexvariabler av *nöjdhet med intern kommunikation* (UPZIK) som prediktorvariabler. Andelen förklarad varians i den beroende variabeln ($r^2 = .329$, justerat $r^2 = .210$) och korrelationer (se Tabell 4) visade på mestadels signifikanta värden ($p < 0.05$). Starkast värden för korrelation med medarbetarengagemang uppvisade variablerna nöjdhet med det kommunikativa klimatet på arbetsplatsen, nöjdhet med information som erhöles gällande organisationen samt nöjdhet med feedback från ledning. Vid korrelation mellan UWES (engagemang) och UPZIK (nöjdhet med intern kommunikation) indexskalor visade samtliga skalor utom en signifikanta värden och det var nöjdhet med horisontell kommunikation (se Tabell 5). Värden för Cronbach α visade på god reliabilitet för UWES och UPZIK tillsammans ($\alpha = .812$). En av indexvariablerna stack ut något och till skillnad från övriga variabler uppvisade den inte signifikanta värden och dessutom lägre värden för samband till engagemangsvariabeln och det var variabeln nöjdhet med horisontell kommunikation. Vid korrelation mellan delskalor uppvisades mestadels signifikanta värden dock gick det att finna enstaka korrelationer som inte uppnådde signifikansnivån, dessa inkluderade i samtliga fall nöjdhet med horisontell kommunikation. Koefficienter (β) uppvisade inga signifikanta värden.

Tabell 1

Deskriptiv statistik för *engagemang* och de åtta olika dimensionerna av *intern kommunikation*

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
<i>Engagemang</i>	63.13	12.10	52
<i>Intern Kommunikation</i>			
<i>Feedback</i>	18.26	4.81	52
<i>Kommunikation överordnad</i>	19.26	5.50	52
<i>Horisontell kommunikation</i>	12.25	2.74	52
<i>Informell kommunikation</i>	13.05	3.06	52
<i>Information organisation</i>	17.86	4.23	52
<i>Kommunikativt klimat</i>	17.88	4.21	52
<i>Kvalitet kommunikation media</i>	13.73	3.29	52
<i>Kommunikation möten</i>	17.34	3.70	52

Deskriptiva värden för medelvärde och standardavvikelse visade relativt normalfördelade värden som redovisas i tabell 1.

Tabell 2

Sammanfattade värden, H1

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R²</i>	<i>Adj. R Square</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Sig.</i>
1	.573 ^a	.329	.204	10.80430	.019

Regressionsanalysen visade att modellen var signifikant (sig. = .019) och kunde förklara ungefär 33% av variansen i den beroende variabeln ($r^2 = .329$, justerat $r^2 = .210$) värden redovisas i tabell 2.

Tabell 3

Regressionsanalys mellan *engagemang* och *intern kommunikation*

	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
<i>Engagemang</i>	32.326	9.784		3.304	.002
<i>Intern Kommunikation</i>					
<i>Nöjdhet feedback</i>	.95	.60	.37	1.58	.12
<i>Nöjdhet kom. överordnad</i>	.60	.53	-.27	-1.14	.26
<i>Nöjdhet horisontell kom.</i>	.31	.65	.07	.47	.63
<i>Nöjdhet informell kom.</i>	.50	.72	.12	.69	.48
<i>Nöjdhet information org.</i>	.60	.69	.21	.87	.38
<i>Nöjdhet kom. klimat</i>	.84	.81	.29	1.03	.30
<i>Nöjdhet kvalité kom. media</i>	-.26	.66	-.07	-.39	.69
<i>Nöjdhet kommunikation möte</i>	-.44	.59	-.13	-.74	.45

Regressionsanalysen visade överlag ett positivt samband mellan de oberoende variablerna och den beroende variabel ($\beta = 32.32$) och modellen var signifikant (sig. = .002) dessa värden redovisas i tabell 3.

Tabell 4

Korrelationer mellan *engagemang* och *nöjdhet med intern kommunikation*

	<i>Engagemang</i>	<i>Feedback</i>	<i>Överordnad.</i>	<i>Horisontell.</i>	<i>Informell</i>	<i>Info org.</i>	<i>Klimat</i>	<i>Kvalitet</i>	<i>Möten</i>
<i>Engagemang</i>	1.00	.49***	.36**	.16	.36**	.41**	.51**	.28*	.26
<i>Feedback</i>	.49***	1.00	.77**	.11	.41**	.55**	.78**	.32*	.43**
<i>Överordnad</i>	.36**	.77**	1.00	.19	.46**	.63**	.74**	.20	.48**

<i>Horisontell</i>	.16	.11	.19	1.00	.30*	.11	.32*	.29*	.25
<i>Informell</i>	.36**	.41**	.46**	.30*	1.00	.63**	.55**	.57**	.52**
<i>Info org.</i>	.41**	.55**	.63**	.11	.63**	1.00	.72**	.49***	.69**
<i>Klimat</i>	.51**	.78**	.74**	.32*	.55**	.72**	1.00	.52**	.56**
<i>Kvalitet</i>	.28*	.32*	.20	.29*	.57**	.49***	.52**	1.00	.46**
<i>Möten</i>	.26	.43**	.48**	.25	.52**	.69**	.56**	.46**	.100

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ UWES, SFI***, SCS**, SHC, SIC**, SIO **, SCC **, SQC *, SCM

Korrelationsanalysen visade att starkast värden för korrelation med medarbetarengagemang uppvisade prediktorerna nöjdhet med det kommunikativa klimatet på arbetsplatsen, nöjdhet med information som erhöles gällande organisationen samt nöjdhet med feedback från ledning dessa värden redovisas i tabell 4.

För att undersöka hypotes två användes korrelationsanalys samt multipel regressionsanalys för att predicera om uttrycksfullhet och exakthet visade starkast samband med medarbetarengagemang utav de sex kommunikationsstilsdimensionerna och dessutom kunde förklara störst andel varians i utfallsvariabeln. Prediktorvariablernas (CSI) samband med utfallsvariabel för engagemang (UWES) testades. Andelen förklarad varians uppgick till 26% ($r^2 = .259$, justerat $r^2 = .160$) värdena var mestadels icke signifikanta ($p \geq 0.05$). Oberoende variabeln frågvishet visade signifikant samband för engagemang (se Tabell 7). Exakthet och frågvishet visade positiva samband men svaga värden. β -koefficienter visade att endast indexvariabel för frågvishet uppvisade signifikanta värden vilket betyder att prediktorvariablernas effekt på utfallsvariabeln inte kunde anses vara tillräckligt tillförlitliga (förutom frågvishet), dock ligger värdena i närheten för signifikans och kan därmed anses vara intressanta för kommande studier och på grund av det presenteras även de värdena. Indexvariabel för exakthet uppvisade starkare värden än övriga delskalor och nästintill signifikansnivå ($p \geq .058$). Indexvariabel för manipulativitet som innefattar delområden för manipulativitet, inställsamhet, charm, outgrundlighet samt hemlighetsfullhet visade på nästintill signifikanta värden ($p > .058$) men uppvisade minusvärden för koefficient ($\beta = -.616$) vilket innebär att den prediktorvariabeln hade ett negativt samband med utfallsvariabeln engagemang. Störst effekt på utfallsvariabeln engagemang (UWES) hade prediktorvariabeln frågvishet (PREC $\beta = .468$).

Tabell 5

Deskriptiv statistik för *engagemang* och de sex olika dimensionerna av *kommunikationsstil*

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
<i>Engagemang</i>	63.13	12.10	52
<i>Kommunikationsstil</i>			
<i>Uttrycksfullhet</i>	50.53	7.69	52
<i>Exakthet</i>	49.07	7.64	52
<i>Verbal aggressivitet</i>	39.90	7.06	52

<i>Frågvishet</i>	42.30	8.75	52
<i>Emotionalitet</i>	42.82	9.24	52
<i>Manipulativitet</i>	35.40	5.20	52

Deskriptiva värden för medelvärde och standardavvikelse visade en viss spridning mellan värden som redovisas i tabell 5.

Tabell 6

Sammanfattade värden, H2

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R²</i>	<i>Adj. R Square</i>	<i>Std.Error</i>	<i>Sig.</i>
1	.509 ^a	.259	.160	11.09632	.029

Regressionsanalysen visade att modellen var signifikant (sig. = .029) och kunde förklara ungefär 26% av variansen i den beroende variabeln ($r^2 = .259$, justerat $r^2 = .160$) dessa värden redovisas i tabell 6.

Tabell 7

Regressionsanalys mellan *engagemang* och *kommunikationsstil*

	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
Engagemang	45.83	22.946		1.998	.052
<i>Kommunikationsstil</i>					
<i>Uttrycksfullhet</i>	-.06	.21	-.03	-.28	.77
<i>Exakthet</i>	.46	.24	.29	1.94	.05
<i>Verbal aggressivitet</i>	-.15	.25	-.09	-.61	.54
<i>Frågvishet</i>	.47	.20	.34	2.33	.02
<i>Emotionalitet</i>	.12	.20	.09	.60	.54
<i>Manipulativitet</i>	-.61	.31	-.26	-1.94	.05

Regressionsanalysen visade överlag ett positivt samband mellan de oberoende variablerna och den beroende variabeln ($\beta = 45.83$) men modellen var ej signifikant (sig. = .052) värden för detta redovisas i tabell 7.

Tabell 8

Korrelationer mellan *engagemang* och *kommunikationsstil*

	<i>Engagemang</i>	<i>Uttrycksfullhet</i>	<i>Exakthet</i>	<i>Verbal agg.</i>	<i>Frågvishet</i>	<i>Emotionalitet</i>	<i>Manipulativitet</i>
<i>Engagemang</i>	1.00	-.04	.36**	.00	.28*	-.15	-.25
<i>Uttrycksfullhet</i>	-.04	1.00	-.13	.26	.21	.19	.12
<i>Exakthet</i>	.36*	-.13	1.00	-.11	.12	-.50**	-.21
<i>Verbal agg.</i>	.00	.26	-.11	1.00	.38**	.30*	.07
<i>Frågvishet</i>	.28*	.21	.12	.38**	1.00	-.03	.19
<i>Emotionalitet</i>	-.15	.19	-.50**	.30*	-.03	1.00	.20
<i>Manipulativitet</i>	-.25	.12	-.21	.07	.19	.20	1.00

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ UWES, EXPR, PREC*, VERB, QUES*, EMOT, MANI

Korrelationsanalysen visade att prediktorerna exakthet och frågvishet hade starkast positiva samband med utfallsvariabeln engagemang dessa värden redovisas i tabell 8.

Diskussion

Syftet med denna studie var att undersöka om samband kunde finnas mellan medarbetarengagemang, intern kommunikation och kommunikationsstil (se Tabell 3, 4, 7 och 8). Det vill säga om medarbetarens engagemangsnivå påverkades av hur den interna kommunikationen hanterades och vilken typ av kommunikationsstil som användes för att förmedla information på arbetsplatsen. Medarbetarengagemang definierades på olika vis i litteraturen (Menara, Ruck & Welch, 2017). och det fanns olika uppfattningar från olika inriktningar om vad det egentligen innebar (Macey, Snejder 2008). Det tidigare studier tycks vara relativt överens om i vetenskapliga sammanhang var att betrakta detta som en psykisk och känslomässig anknytning till sin arbetsplats där man kände att det man sysslade med var meningsfullt (Schaufeli, 2012). Detta kännetecknades bland annat av att man var engagerad, involverad, drivande, motiverad, aktivt delaktig och entusiastisk gällande det arbete man utförde (Schaufeli et al. 2006). Intern kommunikation innefattade all kommunikation som sker på en arbetsplats (Vercic, Vokic, 2017). Denna studie hade fokus på hur budskap förmedlades från ledning till medarbetare ur ett medarbetarperspektiv. Kommunikationsstil var det karakteristiska sätt en person sände verbala och icke verbala signaler och som kännetecknade vem personen var, vill vara eller framstod som (de Vries, Bakker-Pieper, et al., 2009). Den första hypotesen (se Tabell 3 och 4) undersökte om personer som kände sig nöjda med hur den interna kommunikationen hanterades på arbetsplatsen skulle känna ett större engagemang i arbetet. Resultaten visade att graden av nöjdhet med olika aspekter av intern kommunikation på arbetsplatsen tillsammans förklarade ungefär 33% av variansen i engagemang (se Tabell 2). Detta styrkte teorin om att nöjdhet med kommunikation var kopplat till ett högre engagemang. Modellen som sådan var signifikant dock gav ingen enskild prediktor något signifikant unikt bidrag. Man kunde dock se att prediktorerna tillsammans visade viss varians i utfallsvariabeln engagemang (se Tabell 3). Ett större sample skulle varit önskvärt då det skulle behövts för att erhålla högre statistisk power. Hypotesen fick det stöd som var förväntat (se Tabell 1, 2, 3, och 4) men det uppstod vissa svårigheter att avgöra vilka aspekter som varit viktigast utifrån denna studies resultat. Dock var en intressant aspekt genom funna samband mellan intern

kommunikation och engagemang att man kunde dra vissa slutsatser om att den förmedlade kommunikationens innehåll och struktur hade viss betydelse för medarbetarens upplevda engagemang på arbetsplatsen. Det fanns en viss problematik med denna studie vilket uppdagades även i Vercic och Vokic (2017) studie. Även om deras studies modell vid en första anblick genererade signifikanta värden kunde man vid närmare granskning se att studien inte hade särskilt hög grad av validitet. Nöjdhet med feedback, informell kommunikation samt kommunikation under möten hade starkast samband med engagemang i deras studie vilket alltså inte kunde styrkas i denna studie. Vidare kunde man se att hur kommunikationen förmedlades till medarbetare och strukturen av innehållet av den förmedlade kommunikationen visade på störst samband med engagemang i deras studie genom att variablerna nöjdhet med det kommunikativa klimatet på arbetsplatsen, nöjdhet med information som erhöles gällande organisationen samt nöjdhet med feedback från ledning hade starkast korrelativa värden (Vercic et al. 2017). De slutsatser man kunde dra var att det kan vara, framförallt från ett chefs- eller personalansvarsperspektiv, fördelaktigt att vara strukturerad och eftertänksam vid kommunikation samt att förmedla sitt budskap med tydlighet och konsistens. Det kunde även vara fördelaktigt att se till att medarbetarna fick ta del av viktig information som rörde organisationen.

Den andra hypotesen i studien handlade om samband mellan människors kommunikationsstilar och medarbetarengagemang. Baserat på tidigare forskning (de Vries et. al., 2011) förväntades framförallt att stilarna exakthet och uttrycksfullhet skulle vara relaterade till ett högre engagemang. Variationen i medarbetarengagemang kunde förklaras till ungefär 26% av prediktorvariablerna tillsammans (se Tabell 6). Modellen som sådan visade sig vara signifikant men det var endast frågvishet som visade sig vara signifikant som variabel och således den enda skala som uppvisade ett unikt bidrag kopplat till kommunikationsstilar (se Tabell 7). I de Vries et. al's studie (2011) gällande kommunikationsstilar var korrelationerna mellan skalorna generellt låga ($r = <.42$), något som först upptäcktes vid upprättandet av denna uppsats, de korrelationerna som var medel till starka var endast i förhållande till lexikala markörskalor skulle det visa sig. I denna studie ansågs samplestorleken vara en del av anledningen till det svaga resultatet samt att modellen i sig inte visade tillräckligt starka samband. Signifikanta samband mellan kommunikationsstil frågvishet och engagemang visade dock att det kunde vara fördelaktigt att vara noggrann med att ge feedback till medarbetarna, samt att se till att ett gott kommunikativt klimat rådde på arbetsplatsen. Att i kommunikationen vara argumenterande och uppvisa frågvishet samt vara nyfiken inställd till sin motpart hade ett signifikant samband med engagemang. Att vara okonventionellt nyfiken och föra samtal med utgångspunkt i livsfilosofiska teman hade även det sina fördelar.

Studiens begränsningar

Ett större sample med högre statistisk power hade gett bättre förutsättningar för att uppnå ett mer tillförlitligt resultat. Det slutgiltiga frågeformulärets omfattning hade viss inverkan på det slutliga deltagarantalet då det höga antalet frågor kan ha avskräckt från deltagande. Vissa hänvisningar till tidsbrist förmedlades också till författaren som anledning till att inte delta i studien under tiden datainsamlingen pågick. Spridningen mellan män, kvinnor och övrig könstillhörighet föll inte i linje med planering då antalet kvinnor eller annan könstillhörighet blev avsevärt lägre i antal i jämförelse med män. Då kvinnors och mäns, samt eventuellt även annan könstillhörighets-, kommunikationsstil kan skilja sig åt (Barker & Zifcak, 1999) kan detta ha påverkat denna studies validitet och speglade främst mäns upplevelse av engagemang i förhållande till kommunikation på arbetsplatsen. Dessutom hade merparten av deltagarna en högre utbildningsnivå vilket även påverkade utfallet och begränsade allmänna hänvisningar till population. Modellen som användes för kommunikationsstilar var svagare än vad som först

antogs där det skulle visa sig att endast svaga värden för korrelation hade angetts i resultatdelen men inte blivit tillräckligt tydliggjort i den vetenskapliga artikeln. Även om de statistiska värdena i sig samt studiens statistiska power överlag kunde ha varit starkare med bland annat hjälp av ett högre deltagarantal och en tydligare spridning, kunde man med hjälp av denna studie än dock dra vissa slutsatser. Det ska dock understrykas att dessa brister orsakade av ett lågt deltagarantal samt analyser med många faktorer påverkade studiens slutgiltiga resultat.

Sammanfattning

I Gallups rapport stod att läsa om både den låga engagemangsnivån (15%) världen över men även att anställda som upplevde att deras åsikt räknades sannolikt kände sig mer personligt engagerade i arbetet. Det skall klargöras att denna slutsats baserades på Gallups definition av lågt engagemang. Denna studie kunde i förhållande till det samt andra vetenskapliga studier inom området ge stöd till att det fanns vissa samband mellan medarbetarengagemang, nöjdhet med intern kommunikation samt kommunikationsstil. Studiens hypotes var att man som medarbetare upplevde att det behövdes en god kommunikation mellan medarbetare och ledare för att bygga starka relationer samt för att få medarbetaren att känna sig uppskattad. Genom tydlighet och rätt kommunikationsstil skulle medarbetaren ges frihet att utvecklas och känna sig personligt engagerad i arbetet och därmed ökades medarbetarengagemanget på arbetsplatsen (Vercic et al., 2017). Resultaten från denna studie styrkte idén om att det fanns ett samband mellan nöjdhet med kommunikationen som fördes på arbetsplatsen samt i vilken grad man kände engagemang i arbetet. Men exakt vilka aspekter av kommunikationen som var mest centrala för detta var svårt att avgöra baserad på denna studies resultat, mestadels beroende på låg statistisk power. Denna studie ville använda medarbetarens perspektiv till att förstå vad man som ledare kunde tänkas vara i behov av att tänka på för att öka engagemanget hos medarbetaren. Manipulativ kommunikationsstil tenderade att uppvisa negativa samband till engagemang tyvärr var dessa ej av signifikant karaktär men detta gav en fingervisning om vad man skulle kunna tänkas finna i en större studie. Andra värden som gav vissa fingervisningar var egenskaper som inställsamhet, charm, outgrundlighet samt hemlighetsfullhet och dessa kan tänkas vara ledaregenskaper som hade negativ inverkan på medarbetarengagemang. Informationen från befintliga vetenskapliga artiklar var tydligt begränsad då merparten av tidigare studier utgått från ledarens perspektiv. Men i de studier som genomförts var det gemensamt att om man som medarbetare kunde känna sig uppskattad och personligt inkluderad i organisationen verkade det vara kopplat till att medarbetaren även kände ökad meningsfullhet, inspiration och stolthet inför uppgiften. Vilket i sin tur antydde att det kunde finnas stora fördelar för ledaren på en arbetsplats att tänka på att kontinuerligt arbeta med medarbetarengagemanget genom att skapa förståelse för samt agera utifrån informationen ovan för att öka trivsel och engagemang på arbetsplatsen. Detta är den tolkning som var möjlig att göra utifrån resultaten från denna studie och för att i framtiden med större säkerhet identifiera starkare kausala samband behövs fler deltagare, högre reliabilitet genom stabilare sammansättning av olika frågeformulär samt andra former av experiment eller longitudinella studier.

Referenser

- Barker, E. Zifcak, L. (1999). Communication and gender in workplace. *J. Technical Writing and Communication*, 29 (4) 335-347.
- Beatson, A. Johnston, K. Karanges, E. Lings, I. (2015) The influence of internal communication on employee engagement. *Public Relations Review*, 41, 129-131.
- Bakker-Pieper, A. De Vries Reinout, E. Van Gameren, K. Vlug, M. (2009) The content and dimensionality of communication styles. *Communication Research*. 36(2), 178-206.
- Bakker-Pieper, A. De Vries Reinout, E. Femke Konings, E. Schouten, B. (2011). The Communication Styles Inventory (CSI): A Six-Dimensional Behavioral Model of Communication Styles and Its Relation with Personality. *Communication Research*, 40(4) 506–532. doi: <https://doi.org/10.1177/0093650211413571>
- Gallup Inc. (2017) State of the global workplace executive summary. *Gallup Press*.
- Gallup Inc. (2017) State of the global workplace. *Gallup Press*. ISBN: 978-1-59562-208-2
- Helkama, K. Myllyniemi, R. Liebkind, K. (2000). Socialpsykologi - en introduktion, *Författarna & Liber AB*, ISBN: 978-91-47-04465-8
- Ivanov, M. Werner D, P. (2010). Behavioral Communication: Individual Differences in communication style. *Personality and Individual Differences*, 49, 19-23.
- Kahn, William A. (1990) Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4).
- doi: <https://doi-org.ezproxy.hkr.se/10.5465/256287>
- Macey, H. William, Sneider, B. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1, 3-30.
- Maslach, C., Schaufeli Wilmar, B. Leiter Michael, P. (2001). Job Burnout. *Annual Reviews Inc.*, 52, 397–422.
- Men Linjuan R., Bowen Shannon A. (2017). Excellence in Internal Communication Management. NY, *Business Expert Press*, LLC
- Menara, B. Ruck K. Welch M. (2017) Employee voice: An antecedent to organizational engagement. *Public Relations Review*, 43, 904-914.

Minjeong, K. Minjung, S. (2017). How symmetrical employee communication leads to employee engagement and positive employee communication behaviors: The mediation of employee organization relationships. *Journal of Communication Management*, 21(1), 82-102. doi: <https://doi.org/10.1108/JCOM-04-2016-0026>

Schaufeli Wilmar, B. Bakker, A. (2004). Job demands, job resources, and their relationships with burnout and engagement: a multi-sample study. *Journal of organizational behavior*, 25(1), 293-315. doi:<https://doi-org.ezproxy.hkr.se/10.1002/job.248>

Schaufeli Wilmar, B. Bakker, A. Salanova, M. (2006). Measurement of work engagement with a short questionnaire. *Educational and psychological measurement*, 66/4. doi:<https://doi-org.ezproxy.hkr.se/10.1177/0013164405282471>

Schaufeli Wilmar, B. (2012) Work Engagement, What do we know and where do we go. *Romanian Journal of Applied Psychology*, 14(5), 3-10.

Swisje-Koning, K. De Jong, M. (2007). Evaluating Communication Satisfaction Questionnaire as a Communication Audit Tool. *Management Communication Quarterly*, 20(3), 261-282. doi: <https://doi.org/10.1177/0893318906295680>

Vercic Tkalac, A. Vokic Poloski, N. (2017). Engaging employees through internal communication. *Public Relations Review*, 43(5), 885-893. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.04.005>

Bilagor

Frågeformulär

Detta frågeformulär har designats som en del av ett vetenskapligt projekt där vi vill undersöka kommunikationen på arbetsplatsen lite närmare. Projektet är inte av kommersiell karaktär och kommer endast att användas till utvecklandet av teoretisk förståelse för ämnet. Dina svar kommer att behandlas anonymt och resultaten kommer endast att presenteras som en summering av samtliga data. Studien förhåller sig till rådande forskningsetiska principer inklusive de fyra huvudkraven informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet. Dina svar har stor betydelse för denna studie, vi ber dig därför att ta några minuter till att fylla i detta frågeformulär. Beräknad tid för detta är ca 20 minuter.

Har du några ytterligare frågor gällande frågeformuläret är du välkommen att kontakta ansvariga för denna vetenskapliga studie, Thomas Olsson eller Öyvind Jörgensen per e-mail: thomas.olsson0035@stud.hkr.se oyvind.jorgensen@hkr.se

Kön:

1. Man
2. Kvinna
3. Övrigt

Ålder: _____

Högsta utbildningsnivå:

1. Grundskola
2. Gymnasium
3. Högskola/Universitet

Annat: _____

Om du skulle uppskatta, hur många anställda finns det lokalt på din arbetsplats?

Hur många arbetsrelaterade mail skickar du på en typisk arbetsdag?

Hur många arbetsrelaterade telefonsamtal ringer du på en typisk arbetsdag?

Frågeformulär för Engagemang, Intern Kommunikation och Kommunikationsstil

ENGAGEMANG, UWES

Följande 17 påståenden handlar om hur du upplever din arbetsituation. Var god och läs varje påstående noggrant och bestäm dig för om du någon gång känt så här på din arbetsplats. Om du aldrig känt så som det förklaras i påståendet, kryssar du för 0 (noll) på den tomma raden efter påståendet. Har du känt så som det förklaras i påståendet fyller du i hur ofta du känt så genom att fylla i det nummer som bäst beskriver din känsla.

Aldrig	Nästan aldrig	Sällan	Ibland	Ofta	Mycket ofta	Alltid
0	1	2	3	4	5	6
Aldrig	Några gånger per år eller färre	En gång per månad	Några ggr per månad	En gång per vecka	Några gånger per vecka	Varje dag
1. På mitt arbete känner jag mig full av energi.						_____
2. Det finns ett syfte med mitt arbete och det känns meningsfullt.						_____
3. Tiden flyger iväg när jag arbetar.						_____
4. När jag är på arbetet känner jag mig stark och kraftfull.						_____
5. Jag är entusiastisk gällande mitt arbete.						_____
6. När jag arbetar glömmer jag allt annat runtomkring mig.						_____
7. Mitt arbete inspirerar mig.						_____
8. När jag stiger upp på morgonen känner jag för att åka till jobbet.						_____
9. Jag känner mig lycklig när jag jobbar intensivt.						_____
10. Jag är stolt över det arbete jag utför.						_____
11. Jag är uppslukad av mitt arbete.						_____
12. Jag kan fortsätta arbeta under mycket långa perioder åt gången.						_____
13. För mig är mitt arbete utmanande.						_____
14. Jag blir exalterad och hänförd när jag arbetar.						_____
15. På mitt arbete är jag mycket motståndskraftig, mentalt.						_____
16. Jag har svårt att slita mig från arbetet.						_____
17. På mitt arbete är jag fortsatt ihärdig även när det går mindre bra.						_____

Nöjdhet Med Intern Kommunikation, Upzic

Vi ber dig att svara så ärligt som möjligt på följande påståenden. Detta är inget test och det kommer inte att finnas några svar som anses vara rätt eller fel, vi är enbart intresserade av din åsikt.

Hur nöjd är du med ditt arbete? (Var vänlig och ringa in endast ett svar)

1. Mycket missnöjd
2. Missnöjd
3. Mestadels missnöjd
4. Varken missnöjd eller nöjd
5. Mestadels nöjd
6. Nöjd
7. Mycket nöjd

Hur har din nivå av tillfredsställelse sett ut under de senaste 6 månaderna?

1. Samma nivå av tillfredsställelse
2. Nivån av tillfredsställelse har ökat
3. Nivån av tillfredsställelse har minskat

I texten nedan finner du en rad påståenden som hör samman med olika former av arbetsuppgifter i en organisation. Vi är intresserade av din tillfredsställelse gällande tillgänglighet, mängd och kvalitet av informationen som du mottar på din arbetsplats. Vänligen ringa in det nummer som bäst överensstämmer med din åsikt. Förklaring av nummer: 1 = Mycket missnöjd, 2 = Missnöjd, 3 = Mestadels missnöjd, 4 = Varken missnöjd eller tillfredsställd, 5 = Mestadels nöjd, 6 = Nöjd, 7 = Mycket nöjd

	MM	M	MM	VMT	MN	N	MN
Tillfredsställelse med feedback							
1. Information om konsekvenser av att utföra ditt jobb undermåligt	1	2	3	4	5	6	7
2. Information om hur mycket jag bidrar till gemensam framgång.	1	2	3	4	5	6	7
3. Information om hur mycket mitt arbete är uppskattat inom organisationen	1	2	3	4	5	6	7
4. Feedback om hur väl jag utför mitt arbete	1	2	3	4	5	6	7
5. Tillfredsställelse med kommunikation från överordnad							
6. Tillgänglighet av min närmast överordnad	1	2	3	4	5	6	7
7. Hur väl min överordnad är informerad om problemen jag har på arbetet	1	2	3	4	5	6	7
8. Hur mycket min överordnad förstår mina problem	1	2	3	4	5	6	7
9. Erkännande av min potential från min närmast överordnad Tillfredsställelse av horisontell kommunikation	1	2	3	4	5	6	7
10. Tillgänglighet från mina kollegor	1	2	3	4	5	6	7
11. Hur väl jag kommunicerar med mina teammedlemmar	1	2	3	4	5	6	7
12. Resultatet av att kommunicera med mina kollegor	1	2	3	4	5	6	7
13. Förmågan från mina kollegor att ta emot konstruktiv kritik	1	2	3	4	5	6	7
14. Tillfredsställelse med informell kommunikation							
15. Antalet beslut som är baserade på informell kommunikation	1	2	3	4	5	6	7
16. Mängden skvaller i organisationen	1	2	3	4	5	6	7
17. Mängden tid jag spenderar på informell kommunikation	1	2	3	4	5	6	7
18. Användbarheten av information som färdats genom informella kanaler	1	2	3	4	5	6	7
19. Tillfredsställelse med information om organisation							
20. Information gällande arbetsprotokoll	1	2	3	4	5	6	7
21. Information gällande organisatorisk finansiell framgång	1	2	3	4	5	6	7
22. Information gällande förändringar inom organisationen	1	2	3	4	5	6	7
23. Information gällande regelverk som påverkar verksamheten	1	2	3	4	5	6	7
24. Tillfredsställelse med det kommunikativa klimatet							
25. Hur mycket av kommunikationen inom organisationen som hjälper mig att känna mig som en viktig del av densamma	1	2	3	4	5	6	7
26. Hur mycket av kommunikationen inom organisationen som hjälper mig att identifiera mig med densamma	1	2	3	4	5	6	7
27. Hur mycket av kommunikationen inom organisationen som främjar organisationens värderingar	1	2	3	4	5	6	7
28. Hur mycket av kommunikationen inom organisationen som uppmuntrar mig till att uppnå organisatoriska mål	1	2	3	4	5	6	7
29. Tillfredsställelse med kvaliteten av massmedial kommunikation							
30. Massmedial kommunikation som skrivna meddelanden, intranät, mun till mun etc.	1	2	3	4	5	6	7
31. Möjligheten till kommunikation genom moderna medier	1	2	3	4	5	6	7
32. Kvaliteten av kommunikationen genom moderna medier	1	2	3	4	5	6	7
33. Den metod av kommunikation andra väljer när de vill kommunicera med mig	1	2	3	4	5	6	7
34. Tillfredsställelse med kommunikation under möten							
35. Hur väl organiserade de möten är som jag deltar i	1	2	3	4	5	6	7
36. Användbarhet av information mottagen under möten	1	2	3	4	5	6	7

37. Får jag till mig information som är relevant för mig i tid?	1	2	3	4	5	6	7
38. Mötens längd/varaktighet	1	2	3	4	5	6	7

Kommunikationsstil, CSI

I texten nedan finner du en rad påståenden som hör samman med vilken typ av kommunikationsstil som genomsyrar organisationen. Vi är intresserade av din tillfredsställelse gällande tillgänglighet, mängd och kvalitet av informationen som du mottar på din arbetsplats. Vänligen ringa in det nummer som bäst överensstämmer med din åsikt.

Förklaring av nummer: 1 = Instämmer inte alls, 2 = Instämmer i låg grad, 3 = Instämmer delvis, 4 = Instämmer i hög grad, 5 = Instämmer helt

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Jag har mycket att säga. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Jag har svårt att vara tyst när jag är tillsammans med andra. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Jag är aldrig den som bryter tystnaden genom att börja prata. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Jag tycker mycket om att prata. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Jag tar oftast taktpinnen i en konversation. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Mestadels av tiden får andra avgöra vad diskussionen handlar om, inte jag. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Jag bestämmer ofta vilka ämnen som pratas om under en konversation. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Jag bestämmer ofta vilken riktning konversationen tar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. På grund av min humor hamnar jag ofta i händelsernas centrum när jag befinner mig i en grupp med andra människor. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Jag har svårt att vara humoristisk i en grupp. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Mina skämt drar ofta till sig mycket uppmärksamhet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. Jag lyckas ofta få andra att brista ut i skratt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Jag kommunicerar med andra genom ett reserverat förhållningssätt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Jag uppträder någorlunda formellt när jag träffar på någon. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. Jag tilltalar andra på ett mycket avslappnat vis. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. Jag upplevs som någorlunda stel när jag handskas med folk. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. När jag berättar en historia är de olika delarna i den tydligt förankrade till varandra. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. Jag upplever att det ibland är svårt att berätta en historia på ett organiserat sätt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. Jag uttrycker alltid klara och tydliga tankegångar när jag argumenterar för min åsikt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. Mina berättelser innehåller alltid en logisk struktur. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. Jag tänker efter noga innan jag säger något. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. Jag väger mina svar med stor noggrannhet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23. Mina påståenden är inte alltid så väl genomtänkta. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24. Jag väljer mina ord med omsorg. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25. Samtal med mig innehåller alltid viktiga ämnen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26. Du hör inte mig babbla om ytliga saker. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27. Jag är en person som ofta kan prata om helt vanliga saker. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28. Jag pladdrar sällan eller aldrig bara på om något. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29. Jag behöver inte många ord för att få fram mitt budskap. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30. För det mesta behöver jag endast några få ord för att förklara något. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 31. Med några få ord kan jag ofta klargöra mitt perspektiv för vem som helst. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32. Om något förargar mig, exploderar jag ibland av ilska. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33. Även om jag är väldigt arg tar jag inte ut det på någon annan. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 34. Jag brukar fräsa åt andra när jag blir irriterad. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 35. Jag reagerar ibland någorlunda irriterat gentemot andra. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 36. Det är inte särskilt sannolikt att jag talar om för någon annan vad denne ska göra. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 37. Ibland insisterar jag vid att andra gör som jag säger. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 38. Jag förväntar mig att människor lyder när jag frågar dem om att utföra något. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 39. När jag vill att andra ska göra någonting för mig frågar jag dem med ett bestämt röstläge. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 40. Jag skämtar aldrig med någon på ett sätt som kan påverka dem negativt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 41. Ibland har fått andra människor att känna sig dumma | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 42. Jag har blivit känd för att ha varit kapabel att skratta andra människor rakt i ansiktet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 43. Jag har förödmjukat någon annan framför en grupp människor. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 44. Jag är en god lyssnare. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 45. Jag visar alltid stor förståelse för andra personers problem. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 46. Jag tar mig alltid tid om någon har något att prata med mig om. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 47. Jag behandlar alltid andra människor med respekt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 48. Jag kastar ibland in bisarra idéer i gruppdiskussioner. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 49. Jag säger ofta oväntade saker. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 50. I diskussioner lägger jag ofta fram otraditionella synsätt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 51. I konversationer leker jag ofta med galna idéer. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 52. Jag går aldrig in i diskussioner som handlar om framtidsutsikterna för den mänskliga rasen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 53. Jag tycker om att prata med andra om djupare aspekter kring vår existens. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 54. Jag brukar aldrig engagera mig i så kallade filosofiska konversationer. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 55. Jag har på regelbunden basis konversationer med människor om meningen med livet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 56. Under en konversation försöker jag alltid hitta bakgrunden till någons åsikt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 57. Jag bryr mig inte om att ställa en massa frågor bara för att försöka förstå varför andra personer känner som de gör. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 58. Jag ställer många frågor för att avslöja någon annans motiv. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 59. Jag frågar alltid hur människor kommer fram till deras slutsatser. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 60. För att stimulera diskussionen ger jag ibland en annan syn på ämnet som skiljer sig från den min samtalspartner har. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 61. Jag tycker om att provocera andra genom att göra djärva uttalanden. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 62. Jag försöker komma på vad andra tycker om ett visst ämne genom att få dem att debattera om det med mig. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 63. Genom att göra kontroversiella uttalanden forcerar jag ofta människor till att uttrycka sin åsikt. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 64. När jag ser andra gråta har jag svårt att hålla tillbaka mina egna tårar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 65. Under en konversation påverkas jag inte mycket av mina känslor. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 66. När jag beskriver mina minnen blir jag ibland märkbart påverkad rent | | | | | |

känslomässigt.	1	2	3	4	5
67. Människor kan se när jag blir emotionellt påverkad av något					
68. ämne i en diskussion.	1	2	3	4	5
69. När jag blir orolig över något har jag svårt att tala om någonting annat.	1	2	3	4	5
70. Jag tenderar att prata mycket om mina bekymmer.	1	2	3	4	5
71. Andra kan se när jag är nervös.	1	2	3	4	5
72. När jag oroar mig märker alla det.	1	2	3	4	5
73. På grund av stress kan jag ibland inte uttrycka mig ordentligt.	1	2	3	4	5
74. Jag kan vara märkbart spänd under en konversation.	1	2	3	4	5
75. Jag kan hantera en stor grupp människor med ett lugn.	1	2	3	4	5
76. Jag upplever att det är svårt att prata lugnt när det jag har att säga handlar om viktiga saker.	1	2	3	4	5
77. Andra människors kommentarer har en märkbar effekt på mig.	1	2	3	4	5
78. Elaka kommentarer från andra påverkar mig inte så mycket.	1	2	3	4	5
79. När människor kritiserar mig blir jag märkbart sårad.	1	2	3	4	5
80. Jag är inte alltid så bra på att hantera kritiska kommentarer.	1	2	3	4	5
81. Ibland berömmar jag en person mycket utan att vara riktigt genuin för att jag vill få personen att gilla mig.	1	2	3	4	5
82. Ibland uttrycker jag en åsikt vid en diskussion jag egentligen inte står för för att göra ett gott intryck på de andra.	1	2	3	4	5
83. Ibland använder jag smicker för att få någon på gott humör.	1	2	3	4	5
84. För att anses vara sympatisk säger jag ibland saker som min samtalspartner gillar att höra.	1	2	3	4	5
85. Ibland använder jag min charm för att få saker utförda.	1	2	3	4	5
86. Ibland flirtar jag lite för att vinna över någons förtroende.	1	2	3	4	5
87. Jag skulle inte använda mitt utseende för att få andra att utföra saker åt mig.	1	2	3	4	5
88. Ibland använder jag ett förföriskt röstläge när jag vill ha någonting.	1	2	3	4	5
89. Jag ser till att människor inte kan läsa av mitt ansikte när jag inte uppskattar dem.	1	2	3	4	5
90. Även när andra frågar efter mina tankar kring något brukar jag sällan tala om hur dessa tankar ser ut ifall de inte skulle bli accepterade av andra.	1	2	3	4	5
91. Jag är bra på att dölja negativa känslor om andra.	1	2	3	4	5
92. Andra människor kan med lätthet märka när jag tänker illa om dem.	1	2	3	4	5
93. Ibland döljer jag information för att framstå som bättre.	1	2	3	4	5
94. Ibland ”glömmer” jag att säga saker när det känns som ett bekvämare alternativ för mig.	1	2	3	4	5
95. Jag berättar oftast hela sanningen för andra även när det förmodligen inte gynnar mig.	1	2	3	4	5
96. Även om jag skulle tjäna på att undanhålla information från någon skulle jag ha svårt att göra det.	1	2	3	4	5

Stort tack för din medverkan

Index

UWES

1-6 VI = Vigor scale
1-5 DE = Dedication scale
1-6 AB = Absorption scale

Uthållighet/Skick/Tillstånd/Kraftfullhet
Hängivenhet
Absorption

UPZIK

1-2 SAT = Satisfaction
1-4 SFI = Satisfaction feedback
1-5 SCS = Satisfaction communic. superiors
1-4 SHC = Satisfaction horizontal communic.
1-4 SIC = Satisfaction informal communic.
1-4 SIO = Satisfaction information organization
1-4 SCC = Satisfaction Communication climate
1-4 SQC = Satisfaction Quality Communic.media
1-4 SCM = Satisfaction Communication Meetings

Nöjdhet/Tillfredsställelse
Nöjdhet feedback
Nöjdhet kommunikation överordnad
Nöjdhet horisontell kommunikation
Nöjdhet informell kommunikation
Nöjdhet information organisation
Nöjdhet kommunikation klimat
Nöjdhet kvalitét kommunikat. media
Nöjdhet kommunikation möten

CSI

Expressiveness
1-4 Talkativeness
1-4 Conversational dominance
1-4 Humor
1-4 Informality
Preciseness
1-4 Structuredness
1-4 Thoughtfulness
1-4 Substantiveness
1-4 Conciseness
Verbal aggressiveness
1-4 Angriness
1-4 Authoritarianism
1-4 Derogatoriness
1-4 Nonsupportiveness
Questioningness
1-4 Unconventionality
1-4 Philosophicalness
1-4 Inquisitiveness
1-4 Argumentativeness
Emotionality
1-4 Sentimentality
1-4 Worrysomeness
1-4 Tension
1-4 Defensiveness
Impression manipulativeness
1-4 Ingratiation
1-4 Charm
1-4 Inscrutableness
1-4 Concealingness

Uttrycksfullhet
Pratsam
Konversationellt dominant
Humoristisk
Informell
Exakthet
Strukturerad
Eftertänksam
Tydlig
Konsistent
Verbal aggressivitet
Arg
Auktoritär
Respektlös
Icke stödjande
Frågvishet
Okonventionell
Filosofisk
Nyfiken/Frågvis
Argumenterande
Emotionalitet
Sentimental
Orolig
Spänd
Defensiv
Manipulativitet
Inställsam
Charmig
Outgrundlig
Hemlighetsfull