

# **CMC =**

## **Computer-Mediated**

### **Communication:**

#### **Olika (eller samma) tid, olika (eller samma) plats**

#### **Egenskaper**

Objekt: Användare, Användargrupper,  
Meddelanden

Personlig och/eller gemensam databas

Länkar

*Användare till grupp*

*Meddelande till grupp*

*Användare till meddelande*

*Meddelande till meddelande*

*Grupp till grupp*

#### **Exempel på beteckningar**

Elektronisk post

Datorstödda konferenssystem

Koordineringssystem (workflow-system)

Gemensam redigering

Omröstningar

# **Exempel 1: En försäljare vill sälja produkten ABC till en kund i XYZ-området**

Fråga I CMC-systemet: Vilka kunder i XYZ-området har köpt produkten ABC och är nöjda med den?

*Fördel med CMC: Slipper bygga upp databas med information som "kanske behövs någon gång". Slipper förutse vilken information som kan komma att behövas.*

# ***Exempel 2: Stopp avvärjt inom 24 timmar!***

Ett stort amerikanskt dataföretag skulle installera ett nätverk med 8000 persondatorer i ett stort amerikanskt regionalt telefonbolag. Ett tekniskt problem hotade att stoppa hela installationen. Med hjälp av CMC hittades den rätta personen inom företaget, som visste hur problemet skulle lösas. Inom 24 timmar var problemet ur världen!

# Exempel 3: Produktutveckling startad på rekordtid

## Vad som hände:

Förslag till ny produkt las fram i CMC-system med spridd användning över hela USA.

Några nappade på idén och hade egna synpunkter.

De intresserade bildade en sluten konferens för att diskutera förslaget grundligare.

## Jämför med utan CMC:

Nytt produktförslag.

Upp i hierarkisk organisation till högsta chefsnivå.

Beslut att bilda en geografiskt spridd projektgrupp.

# **Exempel 4: Stort amerikanskt dataföretag hade köpt tre mindre företag.**

Strategisk åtgärd: De anställda i de inköpta företagen kopplades in i det stora företagets globala CMC-nät.

*Effekt: Snabbt skapande av gemensamhetskänsla till hela företaget (inte bara till den egna avdelningen eller den egna lokaliseringen).*

# Jämförelse med personaltidning

En personaltidning löser inte de många små och stora problemen som dyker upp varje dag.

## Vi i verket

Tisdagen den  
25 maj 1993

Personaltidning för anställda  
vid statens verksverk



Jacob Palme  
installerar  
SuperKOM i  
verket

Verket installerar  
gruppprogrammet  
SuperKOM

Verket  
lämnar ny  
budget

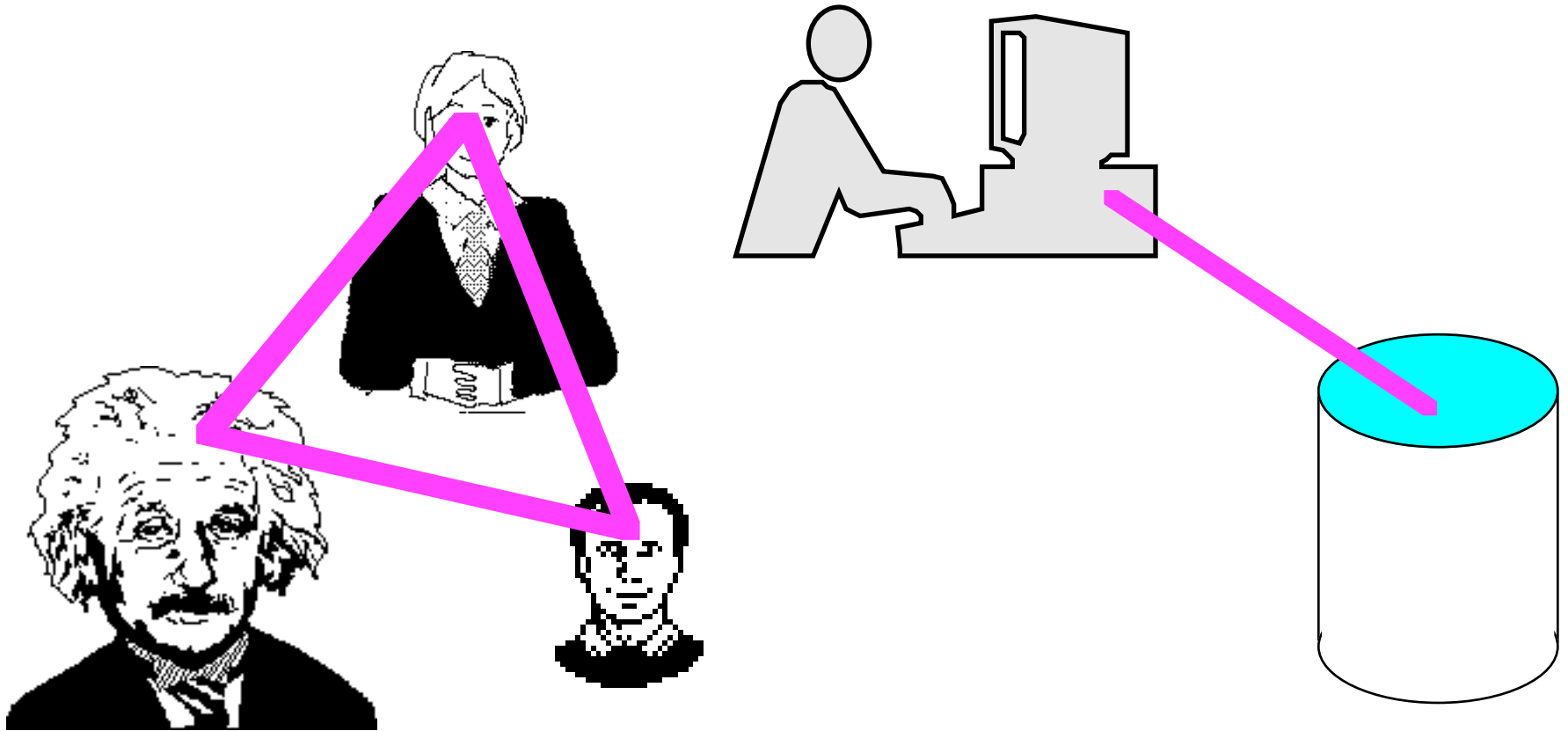
Verkets  
anställda trivs  
med sitt jobb

Verkets  
konstklubb  
köper tavla

Verket skall  
ombildas till  
aktiebolag

# Jämförelse med informationssökningsystem

Information sökes i hjärnorna hos de personer som använder CMC-system.



# Jämförelse med ansikte-mot-ansikte-möten

Man kan angripa ett problem omedelbart när det dyker upp, behöver inte vänta till nästa planerade sammanträdesdatum. Man kan flexibelt bilda de grupper som behövs. Fler personer nås av information och kan bidra med sina idéer.





# Jämförelse med telefon

Man når mer än en person, sprider kunskap, samlar idéer från fler personer.

Man behöver inte veta vem man söker, och hur man når just den personen.



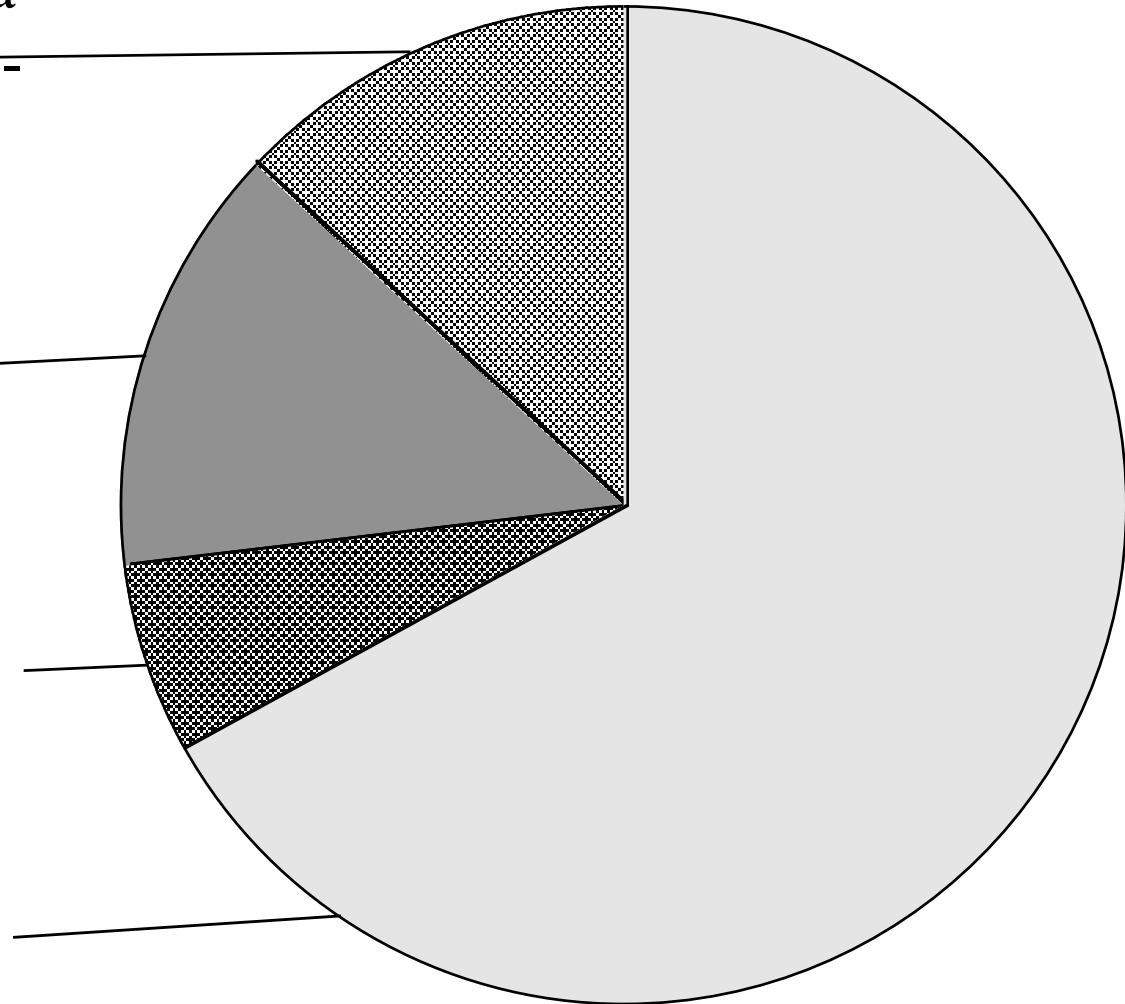
# Ersättning för andra kommunikationsmedier?

13 % Ersättning för formella och informella ansikte-mot-ansikte-möten

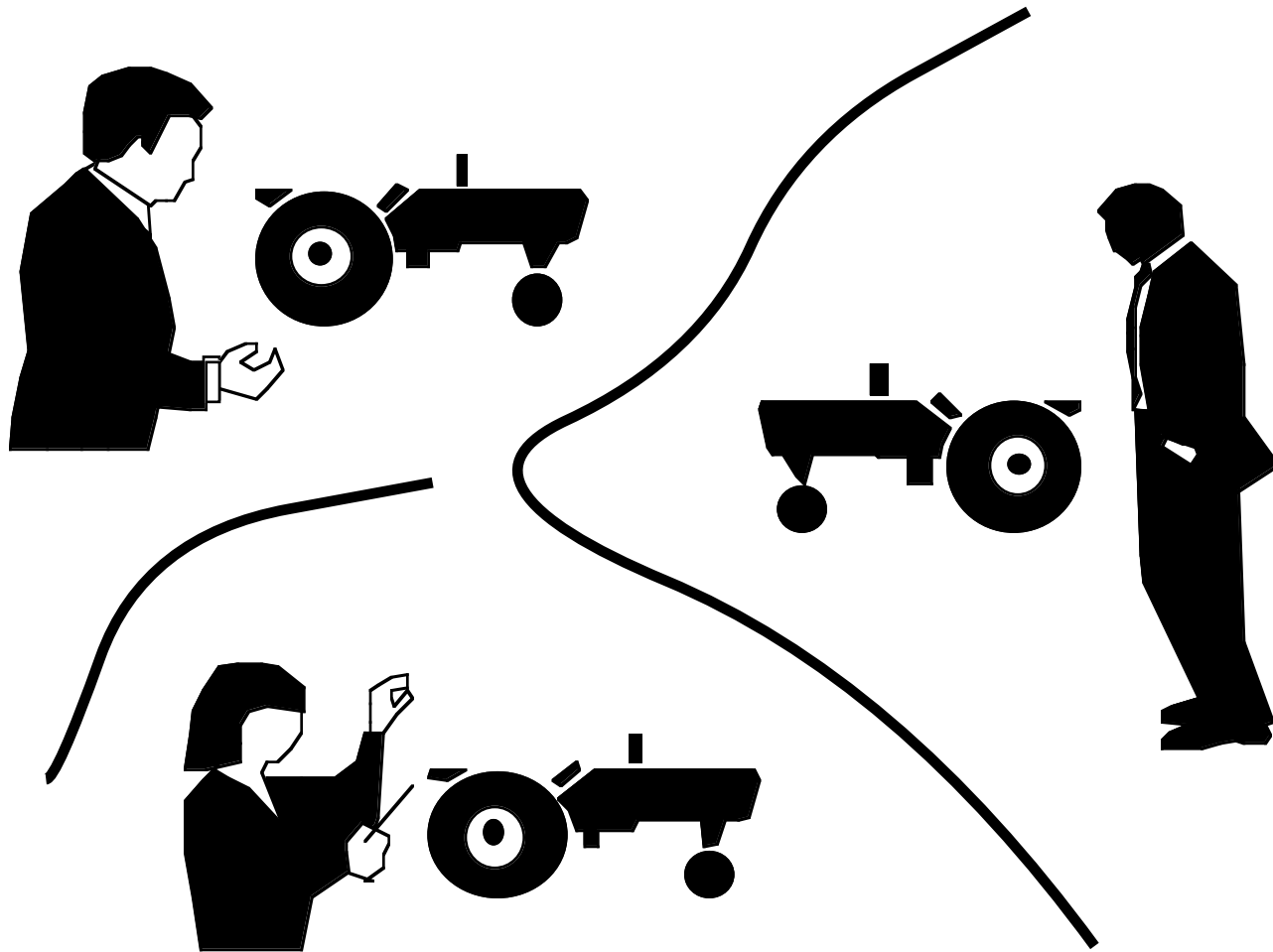
14 % Ersättning för telefon-samtal

6 % Ersättning för brev, cirkulär, meddelande-lappar

65 % Ny kommunikation



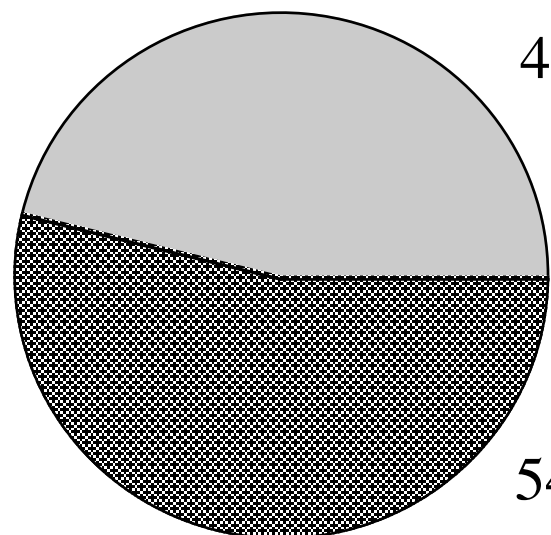
# Koordinering av dem som jobbar med liknande problem på olika håll inom en organisation.



# Kontakter på längre avstånd i organisationen

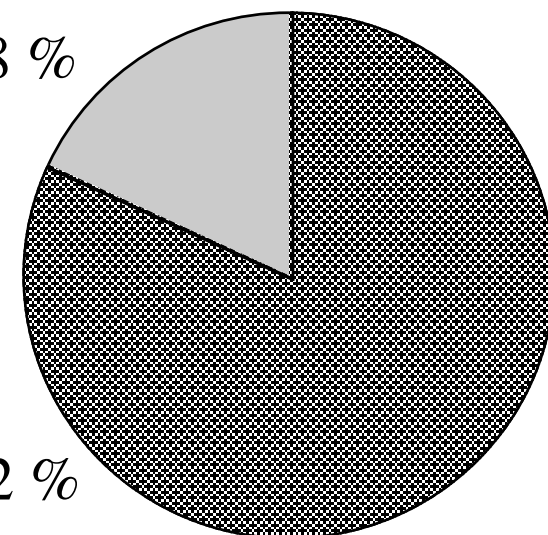
Personliga meddelanden

Gruppmeddelanden

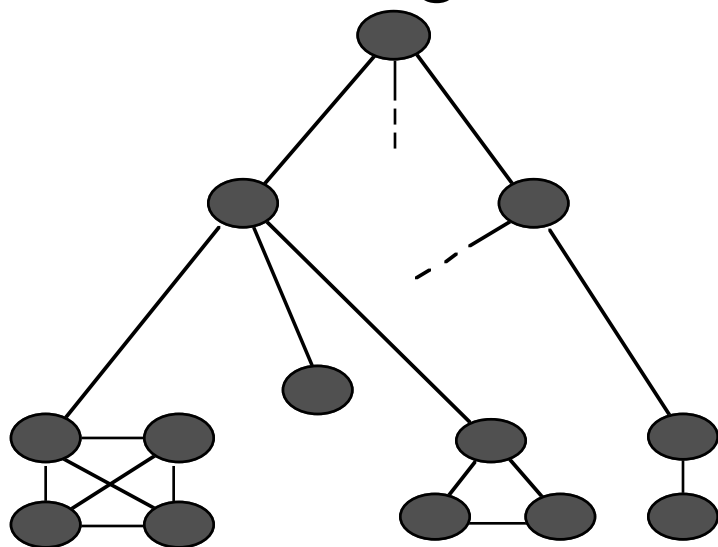


46 % Inom samma avdelning 18 %

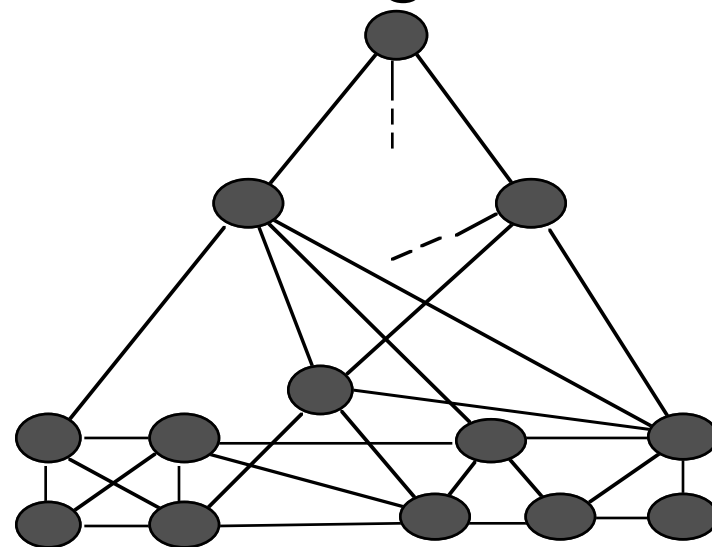
54 % Över avdelningsgränser 82 %



Hierarkisk organisation



Nätverksorganisation



# Ett medium inte bara till för cheferna

15 % av alla anställda var chefer

I CMC-systemet

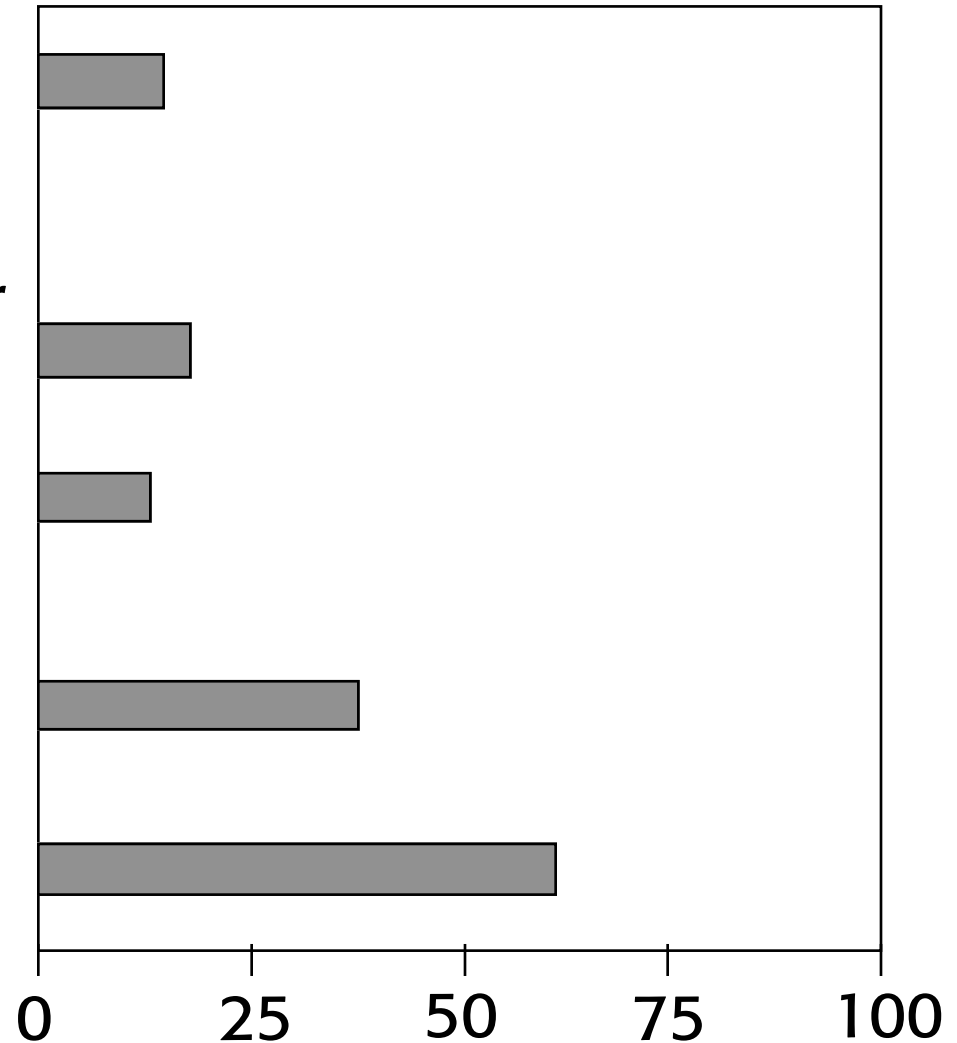
18 % av alla användare var chefer

13 % var mycket aktiva

Vid vanliga sammanträden

37 % av alla deltagare var chefer

61 % av deltagare i många grupper var chefer



# Potentiella risker och nackdelar

Avsaknad av kroppsspråk, inflektion

*Vanlig invändning från utomstående, framförs sällan av vana användare.*

Svårighet att övertyga

*Kan leda till "ställningskrig".  
Kräver komplettering med vanliga möten.*

Svårighet att fatta konsensusbeslut

Svårighet att införa framgångsrikt

*Svårt att uppnå kritisk massa,  
svårt få folk ändra på invanda mönster.*

Användning utanför tjänsten

*Exempel: Vinst 30 minuter/anställd och dag,  
förlust 10 minuter/anställd och dag.*

# Sammanfattning

Framgångsrik introduktion av CMC i en organisation ger stora förändringar i kontakterna inom organisationen

*Större kontaktnät för var och en*

*Allsidigare belysning av frågeställningar*

*Fler kontakter på längre avstånd*

*En mera platt organisation*

*Lättare anpassa sig till förändringar*

*En effektivare organisation*