

LUND
UNIVERSITY

Motiv och attityder kring videokonferenser och videochat

Kandidatuppsats, 15 högskolepoäng, SYSK01 i informatik

Författare: Samuel Edelman och Mikael Sevandersson

Framlagd: December, 2011

Handledare: Markus Lahtinen

Examinatorer: Agneta Olerup och Claus Persson

Titel	Motiv och attityder kring videokonferenser och videochat
Författare	Samuel Edelman Mikael Sevandersson
Utgivare	Institutionen för informatik
Handledare	Markus Lahtinen
Examinator	Agneta Olerup Claus Persson
Publiceringsår	2011
Uppsattstyp	Kandidatuppsats
Språk	Svenska
Nyckelord	Video, videokonferens, videochat, företag, rika medier

Abstrakt

Denna studie undersöker vad för motiv och synsätt det finns för att använda eller inte använda videomedierad kommunikation såsom videokonferenser och videochat och undersöker tanken att det kan ersätta resor. Vi har intervjuat 7 stycken anställda på 7 företag för att få fram hur videomedierad kommunikation används. Studien visar på att det varierar mycket mellan företag hur mycket videomedierad kommunikation som används. De som är positivt inställda och använder mycket videomedierad kommunikation menar att det sparar kostnader och minskar negativ miljöpåverkan och tycker det är ett rimligt alternativ till resor. Samtidigt menar de att kroppsspråket som kan tolkas i ett videomedierat möte leder till bättre kommunikation än via email, telefon eller textchat. Syftet med kommunikationen och dess komplexitet spelar dock stor roll och de flesta väljer kommunikationsmedel beroende på situationen. De negativt inställda till videomedierad kommunikation menar att andra kommunikationsmedel kan kompensera för förlusten av det som vinnas med synligt kroppsspråk eller att personliga möten inte kan ersättas. Vår studie pekar på att det finns en rad faktorer som påverkar attityder, bland annat hur bekvämt videokonferenssystemet är och hur likt det är fysiska möten. Att spara på resekostnader, uppfattas som miljövänlig och undvika kommunikationsförlust är de huvudsakliga motiv vi upptäckt för användande.

Innehållsförteckning

1	Bakgrund.....	4
1.1	Inledning.....	4
1.1.1	En kartläggning av videokonferensens historia.....	6
1.2	Problemformulering.....	8
1.3	Syfte.....	8
1.4	Avgränsningar.....	9
2	Kommunikation.....	10
2.1	Datormedierad Kommunikation.....	10
2.2	Rika Medier.....	12
2.2.1	Argument som talar för användning av rika medier.....	13
2.2.2	Argument som talar mot användning av rika medier.....	13
2.3	Kroppsspråk.....	14
2.4	Utveckling av videons användningsområden.....	15
2.5	Telepresence.....	18
2.6	Video som kollaborativt medium.....	18
2.7	Syntes.....	20
2.7.1	Teoretiskt ramverk.....	22
3	Metod.....	24
3.1	Tillvägagångssätt.....	24
3.2	Genomgång av empiri.....	24
3.3	Urvalet.....	25
3.4	Hur insamlingen av data genomfördes.....	25
3.5	Etik.....	25
3.6	Kvalitet.....	26
3.6.1	Validitet.....	22
3.6.2	Reliabilitet.....	22
3.7	Pilotundersökning.....	27
3.7.1	Första intervjun.....	22
3.7.2	Andra intervjun.....	28
3.8	Intervjuguiden.....	28
4	Resultat.....	31
4.1	Analys.....	31
4.1.1	Attityder.....	36

4.1.2 Vad tillför videofunktionen till kommunikationen?	36
4.1.3 Resande	36
4.1.4 Bekvämlighet.....	36
4.1.5 Upplevd Närvaro	36
4.1.6 Erfarenhet.....	36
4.1.7 Typ och Komplexitet av Kommunikation	36
4.1.8 Känslor	36
4.1.9 Teknologi	36
4.1.10 Företagskultur	36
4.2 Fördjupad analys	40
4.2.1 Allmänna motiv	40
4.2.2 Vad tillför videofunktionen?.....	41
4.2.3 Typ och komplexitet av kommunikationen.....	42
4.2.4 Attityder och uppfattningar	43
4.2.5 Omgivningen och teknologi.....	44
4.2.6 Naturlig interaktion	45
4.2.7 Mängden deltagare	46
5 Slutsatser	47
Bilagor.....	48
Bilaga 1 Pilotundersökning.....	49
Bilaga 2 Intervjuguide.....	49
Bilaga 3 Intervjuprotokoll.....	50
B3.1 Intervjuprotokoll Företag F1 (2011-10-20)	55
B3.2 Intervjuprotokoll Företag F2 (2011-10-27)	55
B3.3 Intervjuprotokoll Företag F3 (2011-11-07)	60
B3.4 Intervjuprotokoll Företag F4 (2011-11-07)	62
B3.5 Intervjuprotokoll Företag F5 (2011-11-07)	66
B3.6 Intervjuprotokoll Företag F6 (2011-11-07)	69
B3.7 Intervjuprotokoll Företag F7 (2011-11-08)	71
Bilaga 4 Företagsinformation	77
Litteratur.....	78

1 Bakgrund

I det här kapitlet beskriver vi olika kommunikationsformer och lyfter fram datormedierad videokommunikation som ett intressant område att studera. Vi beskriver hur marknaden för olika videochat-program ser ut i dagsläget och visar både lyckade och mindre lyckade exempel. Detta gör vi för att illustrera vad som finns tillgängligt och vad som används. Vi bygger sedan vidare på detta i vår problemformulering där vi klargör att vi vill undersöka vilka motiv som finns bakom videochat- och videokonferensanvändning i företag.

1.1 Inledning

Det finns idag ett flertal valmöjligheter för hur vi ska kommunicera med varandra. Det är möjligt att maila, chatta, lämna ljud/text/bild/video-meddelanden till varandra eller kommunicera i realtid med video, exempelvis via chatprogram som Skype (www.skype.se). Användandet av video som en kommunikationskanal är en idé som funnits länge (Gale, 1991) och videokonferenser är något som i många fall förekommer inom affärlivet.

På grund av internationalisering och handel över nationsgränser sker kommunikation över större regioner än förr, samtidigt som företag har kontor och fabriker på olika kontinenter. Mail och telefonsamtal är vanliga kommunikationsformer som sker genom att olika sorters teknologi används som mellanhand. Ett mer direkt sätt att kommunicera som också är ett vanligt inslag är att de inblandade träffas fysiskt. Dessa möten kan innebära kostnader när det gäller tid och pengar som inte är aktuella när det gäller medierad kommunikation.

Videokonferenser är en sorts medierad kommunikation som kombinerar olika kommunikationsaspekter såsom ljud, bild och, beroende på applikationen, ibland även text. Detta gör videokonferenser till den kommunikationsform som uppfyller flest av de aspekter som är närvarande vid fysiska möten.

Miljötänkande är också ett motiv för att använda videokonferenser. Flera företag vill bli grönmärkta eller uppnå standarder för att visa att de värnar om miljön (Bansal & Roth, 2000). Detta kan vara av marknadsföringskäl och ett sätt att differentiera sig i förhållande till konkurrenter (Bansal & Roth, 2000). Videomedierad kommunikation används vardagligt för att exempelvis ge oss nyheter, underhållning och utbildning. Andra innovativa sätt av använda videomedierad kommunikation, såsom videowalls eller videotelefoner, dyker periodvis upp men har olika mycket kommersiell framgång. Ett exempel på detta är teleföretaget 3, som

under 2000-talet släppte videotelefoner på den svenska marknaden där det fanns en stor förväntan om framgång. Det blev dock inte en stor framgång inom mobiltelefonimarknaden.

Video har använts för att försöka sammankoppla kontor på ett icke-påträngande sätt men inte heller detta fick fäste på marknaden (Cochrane et al, 1993). De typerna av videokommunikation som har visat sig populära och komersiellt gångbara är videokonferenser och informella videochatprogram för privat bruk.

Det finns många kommersiella alternativ när det gäller datormedierad kommunikation där Skype är en av de som har lyckats bäst, speciellt för privat bruk. Skype är därmed ett väldigt utbrett verktyg för videomedierad kommunikation och är därför viktigt att studera. Skype är ett företag som arbetar med internetbaserad telekommunikation. Skype grundades 2003 av svensken Niklas Zennström och dansken Janus Friis. En anledning till Skypes popularitet kan vara tillgången till gratis datormedierad video- och audiokommunikation. Det finns även möjlighet att ringa vanliga telefoner eller skicka SMS-meddelanden men dessa tjänster kräver att användaren betalar. Likaså är det inte möjligt att videochatta med mer än en person om användaren inte har den betaltjänsten.

Det finns ett stort utbud på marknaden för videochatter. Standard för dessa är att det finns reklam i form av exempelvis banners för att möjliggöra gratistjänster. Utöver applikationsbaserade tjänster som nyss nämnda Skype finns det ett stort antal webbaserade videochatter som blir tillgängliga genom användarnas webbläsare, vilket eliminerar behovet av en installerad videochatprodukt på den dator som ska användas för själva chattandet.

Marknaden för de webbaserade videochatterna erbjuder ett stort utbud av tjänster som för det mesta är gratis att använda. Ofta är det så, att både applikationsbaserade och webbaserade videochatter är gratis att använda när användaren endast vill eller behöver chatta med en person. Vill denne istället chatta med flertalet personer tillkommer det ofta att användarna måste uppgradera tjänsten och betala en premie för detta. Ett exempel på en sådan produkt är Skype som vi nämnde ovan, där det tillkommer en mindre månadskostnad eller engångskostnad för enstaka tillfällen för att det ska gå att videochatta med mer än en person. Några exempel på kostnadsfria webbaserade videochatter är Tinchat, TokBox, Vbuzzer och Eyejot. Det finns även sidor där det går att chatta med okända människor ifrån hela världen såsom sidorna Omegle och Chatroulette. Hur många som kan delta i videochattandet,

antingen med applikationsbaserad eller webbaserad videochat, ligger vanligtvis mellan 1-10 deltagare.

1.1.1 En kartläggning av videokonferens historia

Ett av de första företagen att lansera ett kommersiellt videokonferenssystem var telekomföretaget AT&T som 1964 lanserade sin Picturephone. Det blev ingen jättesuccé kommersiellt sett, mycket beroende på att systemet var väldigt dyrt men även för att bildkvalitén var väldigt dålig samt en avsaknad av andra användare att nätverka med. Det fanns enbart ett par hundra Picturephones världen över. (Gale, 1991)

Det hände mycket under 1980-talet som förde videokonferensen framåt. Det blev nu verklighet med nätverk för digitala telefonsändningar som ökade bitraten, det vill säga den mängd video- och audiodata som gick att skicka. Allt eftersom ISDN, ett mer välkänt exempel på dessa nätverk, spreds över världen dök det upp ett par dedikerade videokonferenssystem. Ett av de första kommersiella videokonferenssystemen från PictureTel Corp började säljas till företag 1984.

Redan på 90-talet fanns det en insikt om att videokonferenssystem som använder stationära datorer skulle bli en betydande del av framtidens kommunikation. Detta mycket tack vare att internetprotokollbaserade videokonferenser blev möjligt. Christoph Weiss (1990) menar att den dåvarande videotelefontekniken kunde utökas med hjälp av stationära videokonferenssystem. År 1990 experimenterades det en hel del med olika videokonferenssystem och resultaten från dessa undersökningar visade på att video kunde lägga till en ytterligare dimension till kommunikationen och därmed förbättra audiokommunikationen (Weiss, 1990). Under 90-talet gick videokonferensteknologin från att vara en dyr skyddad utrustning till en standardiserad teknologi som fanns tillgänglig för allmänheten.

Under 2000-talet lanserades produkter som Skype och iChat i kombination med web plugins vilket bidrog till att videokonferenserna populariserades. Vi anser att en stor anledning till denna popularisering går att finna i det faktum att det nu var billigt att använda videokonferenser samt att nätverkandet hade blivit verklighet då användare kunde nå i princip alla platser runt om i världen där det fanns en internetuppkoppling. I mitten av 2000-talet blev det standard med High Definition kvalitet på videokonferenser (Ou, 2005) vilket kan vara en bidragande faktor till populariseringen.

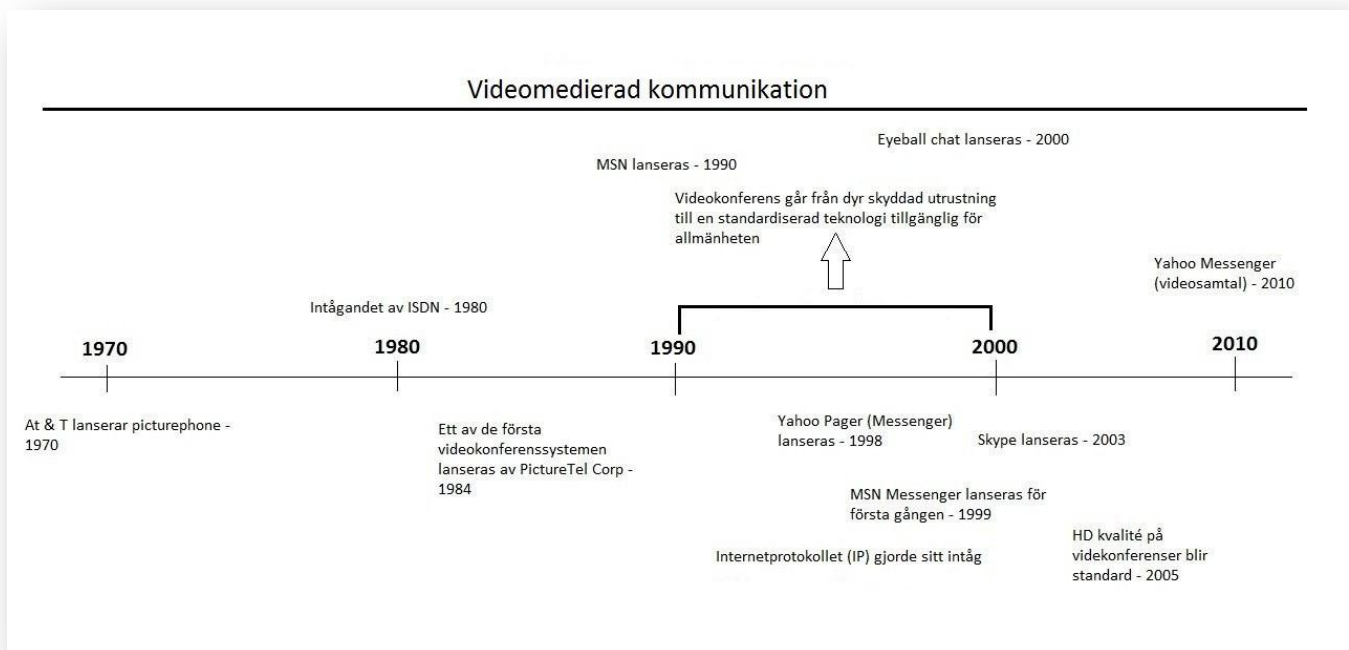
I dagsläget finns det ett antal möjligheter för den som vill använda sig av videochat. Tre av de mer välkända programmen är Skype, MSN och numera Gmail (Blom, 2010). Några mindre välkända program inom samma område är Eyeball chat och Yahoo messenger (Blom, 2010). Det är värt att nämna att MSN och Yahoos chatsystem funnits tillgängliga ett bra tag men att det är först på senare tid som de valt att inkorporera videochat i de redan existerande chatsystemen. Troligen för att tekniken gör framsteg och blir mer lättillgänglig i takt med att vi rör oss längre fram i tiden.

Vi har själva ställt oss frågan vad som gör att olika företag och verksamheter attraheras av det som olika videochatter och videokonferenssystem har att erbjuda. Enligt en artikel i Computer Sweden (Bohlin, 2010) lyfter författaren fram att One Conference, en försäljare av videokonferenssystem, ansåg att de största orsakerna skulle vara möjlighet till stora besparingar för verksamheter när det gäller resor samt möjligheten att undvika den oro som kan stötas på i världen. Vi antar att författaren med en stor oro i världen syftar på ett ekonomiskt klimat i gungning, krympande bränsleresurser och krig på en del platser på jordklotet, främst mellanöstern. I samma artikel påstår One Conference att videokonferenser aldrig helt kan ersätta personliga möten (Bohlin, 2010), en inställning som många delar.

Ett företag som lyckats bra med införandet av ett videokonferenssystem är IF. Varför de lyckades så bra motiverar de i en artikel i Computer Sweden (Ullman & Heymowska, 2010). En av faktorerna bakom deras framgång ligger i att de valde ett enkelt system som var lätt att sätta sig in i och använda istället för att välja det "häftigaste" systemet. En annan anledning som enligt oss kan vara den viktigaste är att företagets ledning visade framfötterna i användandet av systemet, något som vi anser skickar bra signaler neråt i verksamheten. Intressant att nämna är att IF ansåg att en av utmaningarna när användandet av videokonferenser inom företaget ska ökas, var ett måste att röra sig från en resekultur. Det finns även en miljöaspekt tillhörande införandet av videokonferenser i verksamheter då detta minskar antalet resor vilket i sin tur skadar miljön mindre. Det var just därför som IF började sin implementering av ett videokonferenssystem (Ullman & Heymowska 2010).

Enligt Olsen (2010) bör tre olika sorters mötesformer användas i samverkan; Personliga möten, telefon- eller videokonferenser samt ett långvarande asynkront möte. Detta tyder på att videokonferenser är en accepterad del av ett företags kommunikation i dagsläget, samtidigt som det sällan används exklusivt.

Vi har i Figur 1 ställt samman en tidslinje över milstolparna i utvecklingen av den kommersiella marknaden för videokonferenser och videochat.



Figur 1. Vår tidslinje över videokonferenser och videochat

1.2 Problemformulering

Det finns många uppfattade fördelar med datormedierad videokommunikation så som att det kan dra ner på resande och bidra till att miljöprofilera organisationer. Ändå har inte videokonferenser tagit över som huvudsaklig mötesform hos företag, inte ens i de fall där resor inte är nödvändiga. Vi undersöker detta med fokus på video och datormedierad kommunikation. Forskningsfrågan som vi söker svar på lyder:

Vilka motiv finns det kring användande av videochat och videokonferenser som ett kommunikationsmedium?

1.3 Syfte

Syftet med studien är att beskriva vilka motiv och attityder som ligger till grund för att företag använder videokonferenser och videochat eller inte. Denna kunskap kan användas för att bidra

till förståelsen kring företags kommunikation och eventuella brister med datormedierad kommunikation.

1.4 Avgränsningar

Denna studie är fokuserad på användandet av videokonferenser och videochat inom företag och behandlar inte företags kontakt med privatpersoner eller privatpersoners användande av videochat och videokonferenser. Vi har valt att studera företagskontexten därför att de krav, behov och normer som finns hos ett företag ger oss större möjlighet att problematisera kring användande och motiv kring videochat och videokonferenser än privat användning.

2 Kommunikation

I vår studie ligger den teoretiska vikten på kommunikation som genomförs på olika sätt, då detta innehar en central roll i vår uppsats och därför är viktigt för studien. Termerna Datormedierad Kommunikation (DMK), Rika Medier och Group Decision Support Systems (GDSS) tas upp då de bidrar med insikter om varför någon skulle vara intresserad av att använda videomedierad kommunikation som komplement till andra kommunikationstyper som telefon, mail och fysiska möten. Vi går även igenom videons användningshistoria för att bidra med en kontext till hur det tidigare har funnits flera förhoppningar och försök att använda video som kommunikationsverktyg och därmed få fram motiv.

Kapitlet börjar med en genomgång av DMK där vi definierar termen och belyser de svårigheter och möjligheter som finns med kommunikation som sker via datorer vilket videomedierad kommunikation är en del av. Sedan beskrivs Rika Medier som används för att ifrågasätta hur ett medium påverkar kommunikationen. En genomgång av videomedierade användningsområden finns med då vi hoppas kunna belysa vilka möjligheter som har setts och beprövats för att fastställa möjliga motiv och attityder kring användning av videomedierad kommunikation. Slutligen utforskar vi GDSS för att se hur videomedierad kommunikation lämpar sig för samarbete. Det är viktigt då vår studie inriktar sig på företags videomedierade kommunikationsvanor där samarbete är viktigt.

2.1 Datormedierad Kommunikation

Videokonferenser, mail, ljud genom ”Voice Over Internet Protocol” (VoIP) och chatapplikationer är kommunikation som sker med hjälp av en dator och dessa går alla under termen datormedierad kommunikation. De verktyg som förmedlar DMK definieras som:

*“Computer-mediated communication systems (CMCS’s)
use computers and telecommunications networks to
compose, store, deliver, and process communication.”
(Starr & Murray 1985)*

Starr och Murray (1985) argumenterar för att användare av DMK kan bli överväldigade av mängden information om inte den DMK struktureras samt att denna strukturering bör baseras på användarnas behov och förmågor. Det bör också påpekas att teknologin bör vara transparent så användarens fokus ligger på innehållet i kommunikationen snarare än utrustningen eller mjukvaran (Romiszowski & Mason, 1996)

Utbytet av information är en central pelare inom all DMK-användning. Tar vi en närmare titt på ovanstående citat ser vi där att skapandet, utbytet och uppfattandet av informationen spelar en central roll i den generella definitionen.

Då det krävs en viss mängd planering för att samla alla medlemmar av en grupp för möte på en bestämd tidpunkt och plats (Berry, 2006), ser vi det som en fördel med icke-tidsbunden, det vill säga asynkron, datormedierad kommunikation att deltagarna kan delta när och var de vill. Exempelvis kan email användas när som helst. Asynkron kommunikation kan minska ett företags behov av att planera möten långt i för tid (Berry, 2006). Denna fördel finns, om än inte i lika stor utsträckning, när vi diskuterar synkron, det vill säga realtidsbaserad, datormedierad kommunikation som videochat genom Skype. Där förloras tidsbekvämligheten samtidigt som det finns kvar den geografiska placeringsvalmöjligheten. Skype har dock även en textbaserad chatfunktion som kan fungera asynkront.

En av de negativa aspekterna med vanliga möten som undviks vid asynkron datormedierad kommunikation är att det endast kan vara en person som får talan åt gången medan alla de andra mötesdeltagarna måste sitta tysta och inte kan bidra till diskussionen (Berry, 2006). Vad detta kan leda till är att man riskerar att förlora viktigt input. Med asynkron kommunikation kan alla diskussionsdeltagarna bidra till diskussionen när som (Berry, 2006). Vi kan dock se att asynkron kommunikation kan utgöra ett problem ur tidssynpunkt, då det exempelvis kan finnas en deadline och alla deltagare måste komma överens om ett beslut, vilket är lättare vid synkron kommunikation. Detta då det finns en garanterad närvaro av de inblandade och ingen osäkerhet om när inlägg har blivit gjorda och när uppföljning på diskussionen kan väntas.

Turoff och Hilz (1985) lyfter fram att DMK-miljöer bör innehålla verktyg för att prioritera och organisera information. Till skillnad från när deras artikeln skrevs på 1980-talet finns det nuförtiden tillgängligt på många platser, se till exempel de populära email-tjänsterna Gmail och Hotmail. Där finns flertalet alternativ för sortering och prioritering av både ingående och utgående e-post. Som vi ser det finns det fortfarande många sätt det går att förbättra sådana DMK-system på. När det gäller videochatter som Skype anser vi att dessa alternativ är mer begränsade än vid textbaserad DMK då kommunikationen sker i realtid vilket förhindrar vissa förbättringsalternativ från att ge den eftersträfvade effekten.

Med DMK finns det många kommunikationsmöjligheter, både asynkrona och synkrona. Men med möjligheterna kommer ett behov av ta hänsyn till användarna och dess förmåga att bearbeta informationen.

2.2 Rika Medier

Hur kommunikation sker kan påverka informationsutbytet. Enligt teorin för Rika Medier har olika medier olika mycket potential att förmedla information, något som refereras till som ett mediums grad av rikhet; Ju högre rikhet desto bättre är mediet på att förmedla information (Kock 2005). Sitkin, Sutcliffe och Barrios-Choplin (1992) menar att ett medium både innehåller information och symboler. Förutom att förmedla grundinformationen som avsändaren vill avge har ett rikt medium möjlighet att förmedla metainformation eller information om de inblandade personerna (Newberry, 2001). Ett väldigt rikt medium tillåter omedelbar feedback, en möjlighet att tyda kroppsspråk och känslor samt förmågan att anpassa den avsedda informationen specifikt för mottagaren (Daft & Lengel, 1984).

Newberry (2001) rankade flera medier efter deras rikhet där Face-to-face hamnar överst följt av videochat/konferenssamtal, synkront ljud, textbaserad chat, e-mail/asynkront ljud och längst ner på listan finner vi tråd-diskussioner (till exempel på olika nätforum). Ju högre upp på listan ett medium befinner sig desto högre är dess rikhet.

Denna ranking kommer från ett ramverk som Newberry lade upp där poäng utdelas till olika kommunikationsmedium baserat på rikhet, vilket är varför E-mail och asynkront ljud delar plats (Newberry, 2001). Face-to-face, alltså att fysiskt träffas, är det rikaste mediet då det anses att det fungerar bäst när det kommer till att reducera den tvetydighet som kan uppstå vid kunskapsintensiva samarbeten, speciellt mellan olika avdelningar på en verksamhet (Kock, 2005).

Newberry menar att finns skillnad mellan att säga att ett medium är rikare och därmed bättre och att säga att det är olika passande för olika situationer. Det medium som kan framföra meddelandet så likt avsändarens intentioner som möjligt är det som ska eftersträvas. Samtidigt finns det flera faktorer som påverkar lämpligheten såsom begränsningar inom teknologi, kunskaper och tid. (Newberry, 2001)

Nedan har vi valt att redovisa ett antal argument som talar för och emot användning av rika

medier. Vi använder argument som Kock (2005) presenterat för att de väl belyser olika aspekter som är viktiga att ha i åtanke vid användning eller utvärdering av rika medier. Vi har även valt att lägga till våra egna motiveringar då vi ansåg det viktigt för att lyfta fram argumentens vikt för uppsatsen. Vi håller dock våra argument åtskilda från de Kock (2005) lagt fram.

2.2.1 Argument som talar för användning av rika medier

Daft et al (1987) säger att managers är ett exempel på en användargrupp som utnyttjar dessa medium och de som väljer medier med lämplig rikhet beroende på den kollaborativa uppgift som det handlar om, presterar bättre än managers som inte gör det. Studier (Kock, 2005) pekar på att om gruppdeltagare som inte har träffat varandra tidigare kan prestera bättre enbart genom att de får ta del av bilder på gruppens medlemmar. Detta menar vi ger indikationer på att det vore fördelaktigt att använda ett medium av hög rikhet, exempelvis videokonferenssystem, vid grupparbeten eller liknande.

Elektronisk chat saknar vissa element som finns i verbal kommunikation som är nödvändiga för utbyte och strukturering av information inom synkrona grupper (Kock, 2005). Detta är visserligen sant men om vi kopplar tillbaka till det första argumentet borde vi kunna resonera som så att en viss åtanke bör läggas till uppgiftens utformning. Det kan vara så att uppgiften är bättre lämpad för elektronisk chat även om användaren då inte kan uppnå samma nivå av informationsutbyte och strukturering.

E-kommunikation gör att sociala vinkar lätt försvinner i kommunikationen vilket gör det till ett opersonligt medium som troligen kommer att undvikas inom verksamheter (Kock, 2005). Här anser vi att Kock syftar på relativt fattiga datormedierade kommunikationsformer exempelvis chat och mail vilka kan uppfattas som opersonliga. Vi håller inte med om att de medier som anses vara ”opersonliga medier”, vilket skulle innefatta det mycket använda email, inte har en plats i arbetslivet men samtidigt kan vi se en poäng med att sociala vinkar hjälper till att undvika missförstånd.

2.2.2 Argument som talar mot användning av rika medier

Huvudargument mot tron att rika medier leder till ett klarare budskap baserar sig på motargumentet om socialt inflytande som presenterades 1994 (Kock, 2005). Den argumenterar för att socialt inflytande kan påverka en människas beteende gentemot teknik på

ett sätt som är oberoende teknikens utförande (Kock, 2005) och alltså mediets rikhet. Paralleller kan dras till reception theory där mottagaren av ett budskap drar sina egna slutsatser om innehållet i ett meddelande baserat på erfarenheter, inställning och kultur (McQuail, 1983).

Managers använder sig ofta av e-mail för att genomföra kommunikation av hög komplexitet i samband med ledningsuppgifter (Daft et al, 1987). Detta är motsägelsefullt då e-mail är ett förhållandevis fattigt i motsats till rikt kommunikationsmedie (Daft et al, 1987). Vi håller med om att det är motsägelsefullt men resonerar som så att managers som anpassar sina val av olika rika medier efter uppgiftens utförande har förutsättningar att lyckas bättre. Det är intressant att bara för att ett medie är rikt behöver inte det betyda att det är bäst lämpat för alla uppgifter, utan det är uppgiftens karaktär som definierar nödvändig rikhet.

Studier (Carlson & Zmud 1999, Weisband 1994) har hittat effekter som motsätter sig uppfattningen om att en brist på social närvaro och sociala vinkar skulle vara negativt för kollaborationssuppgifter, vilket skulle tyda på att graden av rikhet i medier är viktigare än vi tror. Detta eftersom att användaren av mediet kan kompensera för dess bristande rikhet genom sitt kommunikationsbeteende (Kock, 2005). Ett förhållandevis svagt argument då vi anser att en användares förmåga att kompensera för ett mediums bristande rikhet är begränsad. Ett exempel på detta är om den ena samtalspartnern blir sur eller missförstånd uppnås kanske inte den andra samtalspartnern uppfattar detta och kan därmed inte anpassa sin kommunikation. Det går att ifrågasätta graderingen av rikhetsskalan i figur 3, speciellt då medierna ständigt genomgår förändringar och uppdateringar och det är inte omöjligt att graderingen någon gång behöver en uppdatering eller förändring.

2.3 Kroppsspråk

Vi människor använder ofta vårt kroppsspråk på ett sätt som vi är omedvetna om. Ändå är det så att det kroppsspråk vi använder till stor del bestämmer hur bra kvalitén på vår kommunikation är. I ett genomsnittligt meddelande är sju procent orden vi säger, 38 procent vokalt, tonfall, betoningar och andra ljud och hela 55 procent icke verbalt (Pease 1994 se Hörnfeldt & Lidman, 2003).

Maltén (1998 se Hörnfeldt & Lidman, 2003) hävdar att det går lika bra att förmedla känslor som vrede, avsky och ömhet med icke-verbala signaler, det vill säga kroppsspråk. Det finns

även forskning (Backlund 1991 se Hörnfeldt & Lidman, 2003) som menar på att dessa icke-verbala signaler kan användas för att exempelvis förstärka ords betydelse eller ta bort uppmärksamhet från dem. Detta menar vi är en indikator på kroppsspråk både kan förmedla det man vill säga och verka distraherande.

Det finns bevis (Kock, 2005) som pekar på att isolerade dimensioner av "face to face"-kommunikation som ansiktsuttryck och kroppsspråk kan vara tillräckligt för att utlösa en fysiologisk reaktion, en sorts upphetsning, hos en människa. Kock (2005) menar att detta kan bero på hur människans biologiska kommunikationsapparat har utvecklats i enlighet med att kommunikation huvudsakligen har skett face-to-face. Detta kan tolkas som att konversationer där samtalspartner inte ser varandra kan leda till en lägre grad av fysiologisk upphetsning och möjligen tråkigare interaktioner. Det är dock oklart hur stor den fysiska reaktionen är och om den egentligen har en nämnvärd påverkan på oss, speciellt i jämförelse med exempelvis telefonsamtal.

2.4 Utveckling av videons användningsområden

Video har många användningsområden i världen, exempelvis för underhållning, inspelning av data och kommunikation. Video som kommunikationsverktyg är vanligt förekommande och idéerna har funnits och använts länge. Videokonferenser är den vanligaste typen av videokommunikation inom eller mellan arbetsplatser, till skillnad från exempelvis video walls. Detta är en anledning till att vi valt att studera videokonferenser och videochat då det finns stora möjligheter att samla empiri om den sortens videoanvändning.

I den litteratur vi har tagit del av är den genomgående tråden för arbetsplatsanvändningen av video kommunikation. Likaså antagandet att kommunikation i sig själv förbättrar arbetet samt att video är ett av de bästa sätten att kommunicera. Det är en ständigt återkommande tanke att kommunikation blir bättre av att se varandra. Samtidigt finns det en stark tro på kommunikation och kroppsspråkets betydelse vilket lätt kan leda till förhoppningar kring videons möjligheter att förbättra kommunikation och kanske rent av förbättra hela affärsverksamheter.

Det fanns uppfattningar om potentialen kring att ha videoväggar som kontinuerligt kopplar ihop olika kontor, så att det uppstår en portal till ett annat kontor. Vilket möjliggör för de anställda att ha gemensamma gruppmöten samt kommunicera vid behov (Cochrane et al,

1993). Ingen mer forskning gjordes för detta och det är inte något som går att hitta på dagens kontor. Tanken kring en gemensam arbetsplats har dock mer merit när det talas om gemensamma verktyg såsom delade whiteboards.

Utbildning är ett område där klar kommunikation är nödvändig för att människor ska ta till sig, hantera och vid senare tillfällen använda sig av en viss kunskap. Video som ett verktyg i utbildningssyfte har under det senaste decenniet blivit något som används mer och mer allt eftersom tekniken utvecklas och de olika tjänster som erbjuds förbättras. E-lärande som det också kallas möjliggör för användaren att kunna ta del av undervisningsmaterial utan krav på tid och rum (Ping, Weizhong och Xuecheng, 2008). Ping et al (2008) lyfter fram och argumenterar för Video-On-Demand (VOD) som ett användningsområde för video i utbildningssyften. En VOD-tjänst bygger på att användaren streamar video, vanligtvis från en hemsida och på det sättet slipper vänta på att hela filen ska ladda klart och kan därmed initiera sitt kunskapsabsorberande omedelbart. Den främsta begränsande faktorn för ett kommersiellt gångbart VOD-system är bandbredden (Ping et al, 2008). Bandbreddens koppling till ett kommersiellt gångbart VOD-system hör ihop med hur användaren upplever tjänsten samt hur användarvänlig tjänsten är. En hackig video på grund av dålig bandbredd leder till att användarna upplever att tjänsten inte fungerar tillfredsställande vilket i sin tur får utlopp i mindre nöjda användare. (Ping et al, 2008)

Vi menar att en icke-tillfredsställande upplevelse av nyss nämnda sort är ett stort hinder för informationsförmedlingen. En hackig video kan göra att vissa bitar av information rent av försvinner vid uppspelningen eller bidra till en negativ attityd hos mottagaren. En frustrerad elev är exempelvis mindre fokuserad på budskapet och är mindre angelägen att över huvudtaget använda en krånglig VOD-tjänst. Likaså påverkar kvalitén på videon en verksamhetsrelaterad användning av videobaserad DMK, både inom utbildning och konferenser.

Videons användning som ett medium för synkron distansundervisning blir allt vanligare då det kan bidra till ett mer flexibelt utbildningsupplägg. Något som vi ser som en logisk händelseutveckling, till viss del med tanke på det stora utbyte bland studenter som sker över hela jordklotet. Det är inte bara populärt bland studenter utan även bland lärare som ett medium de kan använda för att nå ut med sin undervisning (Pullen, 2001). Flexibiliteten ser vi även som en av de stora fördelarna med videokonferenser och videochatter vilket kan

gagna många verksamheter.

Ett sätt att interagera med video är användandet av immersive video. Ordet immersive kan översättas med uppslukande, nedsjunkande eller verklighetstrogen och immersive video innebär att tittaren upplever sig som en del av det som visas på skärmen. I slutet av 1990-talet fanns det en tro att video skulle utvecklas för att närma sig tredimensionella sändningar (Moezzi et al, 1996). I denna typ av video skulle kameror från flera vinklar tillsammans med tidigare känd information om omgivningen sammanställas och hanteras i ett system för skapa en tredimensionell modell som tittaren sen skulle kunna kontrollera sikten över (Moezzi et al, 1996). Mer nyligen använde Weihong-Guo et al (2008) immersive video-konceptet genom att omge försökspersoner med heltäckande videoväggar som visade en filmad omgivning. Försöken gick ut på att testa navigeringsverktyg i en så naturlig och kontrollerad laborationsmiljö som möjligt. När försökspersonen förflyttade sig förändrades omgivningen så att den stämde överens med rörelsen (Weihong-Guo et al, 2008.). Rörelser som utlöser video och annan multimedia är även förekommande som en berättarteknik inom rundturer och liknande, där en applikation kan lokalisera platsen och spela upp klipp för att skapa en narration eller interaktiv upplevelse (Correia et al, 2008).

Det är intressant att notera att samtidigt som det funnits en entusiasm kring videons kommunikationsmöjligheter så har det funnits en skepsis kring detsamma. En undersökning gjordes 1975 bland Amerikanska politiker och deras personal kring attityder mot olika kommunikationskanaler, vilka bland annat innefattade videosamtal. Utmärkande var att de talade i mycket fasta termer och tog hänsyn till kontexten och användningen. Videokonferenser sågs som positivt men videosamtal mellan folket och deras representanter sågs som mycket besvärande och opopulärt. Det postulerades dock att en medborgare kunde uppfatta det som att politikern tog dem på allvar och gav dem mer uppmärksamhet och respekt genom ett videosamtal vilket var positivt. Men det överväldigande svaret var att kommunikationen var mycket bättre via fysisk träff, eller om det ej var möjligt, brevskrivande eller telefonsamtal. Huruvida videosamtal ens var något som var troligt att vara tillgängligt för massorna var en viktig punkt. De tillfrågade menade också att ett videosamtal kunde bli mer obekvämt och tafatt än ett telefonsamtal eller att själva antydandet kring dess användande hänvisade på fåfänga hos politikerna samt det faktum att det fanns tillfällen då politikerna inte ville att medborgarna skulle kunna avläsa deras ansiktsavtryck. Även om denna studie specifikt hade en politisk kontext och är en äldre text så visar resultatet på tämligen

grundläggande inställningar som finns bland allmänheten kring videomedierad kommunikation. Det visar också på hur videomedierad kommunikation i vissa sammanhang inte är det lämpligaste, trots att och i vissa fall på grund av dess rikhet som medium. (Wood, 1975)

2.5 Telepresence

Konceptet telepresence handlar om att skapa en mer naturlig närvarokänsla vid kommunikation som sker mellan personer på olika platser. Det finns ett flertal aspekter av videokonferenser där kunskaper om telepresence visar på vad som kan vara problematiskt för en mer naturlig interaktion. Storleken på skärmen täcker inte alltid hela personen och bildkvalitén kan vara problematisk. Deltagarnas röster kommer inte fram på ett naturligt sätt från bilderna av deras huvud. Kameravinkeln kan påverka ögonkontakt och kroppsspråk. Eftersom kroppsspråk är en stor del av all kommunikation kan detta ha effekter på videokonferenser. Det skulle alltså behövas teknologi och design av arbetsytor som försöker härma möten med alla deltagande i ett rum. (Cochrane et al, 1993)

2.6 Video som kollaborativt medium

För att förstå mediets jämförbarhet med fysiska möten gäller det att förstå de värdegivande dimensioner som kan finnas. Då videokonferenser har kallats gruppbeslutssystem (Hatcher, 1992) använder vi denna sektion för att se huruvida det främjar samarbete och beslutsfattande. För att komma underfund med om skype har de egenskaper som finns hos andra beslutsstödssystem drar vi en parallell till den nuvarande teorin kring gruppbeslutsfattande. Beslutsfattande kan ofta innebära gemensamma beslut mellan flera personer, eller beslut som behöver input från andra. I organisationer som är geografiskt spridda är detta obekvämt och kan också innebära resekostnader. Det har dock länge funnits stöd för gruppbeslutsstöd, så kallade Group Decision Support Systems (GDSS). Traditionellt har dessa varit textbaserade, och inte nödvändigtvis byggda på synkron kommunikation (Smith & Venecek, 1989). Datormedierade konferenser har många likheter med foruminlägg där deltagare skriver det de vill säga och en annan deltagare fortsätter det sekventiella textsamarbetet (Smith & Venecek, 1989). Andra medieformer för GDSS finns dock. Vi kan här påpeka att skype som program både använder sig av synkron videokommunikation och synkron eller asynkron textchat.

GDSS innebär mer än bara kommunikationsverktyg. Definitionen kan variera lite mellan

författare och Aiken et al (1994) menar att vad ett GDSS är och vad det stöder varierar mellan system men lyfter fram exempel som kommunikation, idégenerering, förhandling, konfliktlösning, systemanalys och design samt dokumentation. Dessa är tämligen diffusa termer och många av dem har att göra med möjligheten att kommunicera, presentera och dokumentera på ett tydligt och strukturerat sätt inom en grupp. GDSS behöver inte sammankoppla olika platser för att fungera. Det kan även vara ett tillgängligt verktyg i en dator vid fysiska möten (Smith & Venecek, 1989). Dessa stöd kan alltså finnas vid fysiska möten men fysiska möten i sig saknar dessa egenskaper. Vad för funktioner som finns i ett GDSS kan variera men en funktion som Hatcher (1992) tar till vara på i sin diskussion kring videokonferenser inom militären är förmågan att samtala samtidigt som ett utbyte av bilder eller videos sker. I det fall Hatcher beskriver handlar det om spridda lokaler med videostudios där det finns flertalet skärmar för dessa olika outputs. 19 år senare är detta knappast något vi är bundna till längre och är mer av en designfråga. Vid beslutsfattande kan informationen som presenteras spela stor roll, eftersom materialet kan visa ytterligare information, ofta presenterad på ett sammanfattande sätt. En motsvarighet i fysiska möten skulle vara sådana hjälpmedel som powerpoint eller overhead-bilder, eller rent av utdelning av papper. I videochatprogram finns det kringtjänster som liknar dessa. Exempelvis för Skype finns det möjligheten att skicka filer eller dela hyperlänkar då kommunikationen sker online.

GDSS är huvudsakligen stöd för synkront samarbete, det vill säga möten. Ett problem med dessa, vare sig de är fysiska eller elektroniska är svårigheterna med att koordinera och planera dem (Asghar, Fong, Rukhsana, 2009).

Det finns belägg för att det finns vissa skillnader mellan beslut fattade i fysiska möten och de fattade via videokonferens. Utkomsten av beslutet är detsamma, men förhållningen till beslutet är annorlunda. En grupp är mer säker på ett beslut som de kommit fram till face-to-face än om de kommit fram till det via videokommunikation. (Smith & Venecek, 1989)

Smith & Venecek (1989) teoretiserar att detta beror på att vid nära fysisk närvaro och de sociala intryck som ges leder till ett större socialt tryck eller att det sociala samspelet gör att en grupp helt enkelt känner större ägandeskap över beslut tagna när alla var där. Smith & Venecek fortsätter på det tankespåret och menar att denna skillnad eventuellt skulle kunna utnyttjas beroende på vad för beslut som behövs. För att vara säker på att ge plats åt så många olika kreativa idéer och intryck som möjligt kan videokonferenser vara fördelaktigt över

fysiska möten medan dessa skulle vara bättre när det är av stor vikt att få fram en enighet bland de som arbetar med något. (Smith & Venecek, 1989) Vi ser här en likhet med teorin kring rika medier och anser att förutom hur mycket information som sprids så kan även mediets förmåga att inge självsäkerhet utgöra ännu en dimension där.

Skype's textchat-funktion och fildelning ger deltagarna vissa möjligheter till presentation och strukturerade interaktioner men den saknar all form av verktyg för analyser och modellering. Därmed menar vi att det finns stora problem med att kalla programmet ett GDSS, men samtidigt finns det lärdomar att hämta i området eftersom de båda berör datormedierat samarbete. Det är möjligt att andra videochat- och videokonferensprogram kan komma närmare GDSS-definitionen. Men i övrigt kanske termen groupware är mer passande för att beskriva samarbetsdimensionen hos videokonferenser. Datorer och nätverk används i groupware för att möjliggöra samarbete, vilket även videokonferenser faller under (Re, 2009).

Hur väl mottagen en teknologi blir av användarna beror på hur stor nytta de ser med den samt hur lätt den är att använda (Davis, 1989 i Yoo, 1998). Samtidigt påverkas detta av sociala och organisatoriska påtryckningar, såsom om arbetskolligor och chefer talar gott om teknologin eller att organisationen bestämmer en policy om användande (Yoo, 1998). Intressant är uttalad planerad användning och då alltså attityd till att teknologin inte nödvändigtvis har så stor påverkan på den faktiska användningen på längre sikt. Ett inledande motstånd ändras ofta på grund av social interaktion. Den uppfattade användbarheten hos teknologin påverkas av andra människor, andra användare. Attityder ändras ju mer grupparbete som sker, och detta är speciellt tydligt då groupware-teknologi av sin natur handlar om grupparbete. Samtidigt så är det mycket vanligt att ju mer familjär en användare är med en teknologi, desto fler funktioner upptäcker denne, och desto mer användbarhet uppfattas. (Yoo, 1998)

2.7 Syntes

Datormedierad kommunikation (DMK) är kommunikation som förmedlas via datornätverk och kan vara exempelvis mail, textchat, VoIP eller videokonferenser. Datormedierade medier finns i olika typer, både synkront och asynkront, vilka båda har sina fördelar. Det möjliggör överföring av stora mängder information men kan vara mer eller mindre överväldigande om kommunikationsverktygen inte hjälper till med att strukturera informationsflödet. Den främsta fördelen med datormedierad kommunikation är att den är medierad på ett sådant sätt att vi inte själva behöver träffa någon för att förmedla information. DMK tillåter stora

mängder information men det finns olika typer av DMK vilka tillåter olika mycket information och i olika form. Dessa typer, såsom VoIP i motsats till email, är olika rika medier, då de förmedlar olika mycket information. Ett rikt medium kan berätta mycket för oss om ett meddelande. Ju rikare ett medium är desto närmare är vi att samtala face to face, vilket är den kommunikationsform där vi har flest sinnen till bruk. I dessa fall kan vi avläsa exempelvis tonläge för att bestämma ifall någon skämtar eller direkt förtydliga vårt nyss sagda meddelande om mottagaren verkar förvirrad.

Det rikaste mediet är kanske inte alltid bäst dock, då olika situationer gör det onödigt att förmedla mer kommunikation än vad som krävs samtidigt som det kan vara olägligt att vara på samma plats eller samtala i realtid. Olika medier är bra för olika situationer. På grund av bakgrund och personligheter kan det även vara osäkert ifall mottagaren kommer tolka den rika mängd information du ger på det sätt du önskat. Detta kan dock ibland lösas om förtydligande är möjligt. Kroppsspråk är en del av vad som finns med i ett rikt medium, då mycket av det vi kommunicerar, inte kommuniceras verbalt. Så länge teknologin har gjort det möjligt har människor gjort försök att utnyttja potentialen som kommer med video, bland annat utbildning på distans eller kommunikation mellan kontor. Videokonferenser knyter samman grupper för att kunna diskutera, men beroende på vilket system som används kan det finnas övriga fördelar, som tar nytta ifrån att det handlar om DMK och är ett stöd för grupparbeten och dess besluttande. Huruvida människor ens väljer att använda videokonferenssystem liknar valet att använda ny teknologi i allmänhet. Är det enkelt och ser ut att göra nytta så används det.

Det vi kommer använda denna litteraturgenomgång till är att fastställa och problematisera aspekter kring motiv för och emot användande av videokonferenser och videochat. Vi har format vissa utgångspunkter för hur studien ska fortgå utifrån detta. Viljan att kommunicera via videokonferenser och videochat påverkas av hur lätt det är eller huruvida det tillför någon extra nytta, såsom att ge tillgång till extra funktioner eller förtydligar budskapet. Utformningen och funktionerna på de verktyg som används för att hålla videokonferenser eller videochat är alltså viktiga och behövs undersökas. Personliga möten känns mer naturligt och bekvämt för människor än andra medierade kommunikationsformer. Hur bekvämt eller effektivt ett samtal upplevs skulle kunna påverkas av hur nära personliga möten man kommer. Ett medium med högre rikhetsgrad eller som utnyttjar telepresence eller många aspekter av kroppsspråk är närmare personliga möten och borde därmed vara något som föredras över medium med lägre

rikhetsgrad. För att se hur detta fungerar i praktiken kommer vi undersöka vilka av dessa aspekter som en användare faktiskt använder och anser värdebringande eller störande. Samtidigt är olika medier olika passande för olika syften, vilket vi vill undersöka ifall användare tänker på och låter påverka deras val av kommunikationsform. Det har länge funnits förhoppningar till att videokommunikation är positivt samtidigt som det i dagsläget inte används fullt ut, vilket är en attityd och verklighet som studien kommer problematisera och försöka ge möjliga förklaringar till.

Tabell 2.1. Teoretiska områden som kommer ställas mot våra empiriska finningar.

Teman/Teorier	Rika Medier	Tele-presence	DMK	Kropps-språk	Immersive video	Kollaborativt medium
Attityder			X			
Vad tillför videofunktionen till kommunikationen?	X	X	X	X	X	X
Resande	X	X	X			X
Bekvämlighet	X	X		X	X	
Upplevd närvaro	X	X			X	
Erfarenhet			X			X
Typ och Komplexitet av kommunikation	X		X	X		X
Känslor	X			X		
Teknologi		X	X		X	X
Företagskultur			X			X

2.7.1 Teoretiskt ramverk

Inom litteraturen kan vissa teman utläsas som vi anser relevanta för motiv och attityder kring användning av videomedierad kommunikation. Dessa teman berör uppfattningar, attityder, motiv och användning av datormedierad och videomedierad kommunikation. Attityder behandlar den inställning som individer har gentemot videomedierad kommunikation, vilket har betydelse för hela upplevelsen av användningen samt ger skäl till varför någon skulle välja att använda sådana verktyg. Då det finns olika typer av datormedierade kommunikationsmedel är det av intresse att fastställa vad videofunktionen tillför. Motsvarande är det viktigt att undersöka vad för något som tillförs vid fysiska möten, och

dessutom vad för praktiska konsekvenser det utgör med resande. Bekvämlighet handlar om hur naturligt och icke-besvärande kommunikationen känns. Upplevd närvaro kan användas för att jämföra aspekter mellan upplevelsen av DMK och fysiska möten. Den erfarenhet en individ har av videomedierad kommunikation spelar roll då det påverkar attityder. I många fall är individer medvetna om för- och nackdelar med olika kommunikationsmedel när det gäller DMK, telefonkontakt och personliga möten. Individerna kan då välja beroende på typ och komplexitet av kommunikationen, det vill säga vad som ska sägas. Detta är en mycket viktig faktor att undersöka då det kan problematisera och möjligtvis förklara vad för motiv det finns för användning eller icke-användning av videomedierad kommunikation. I likhet med vad som ska förmedlas har olika kommunikationsmedel olika möjlighet att kommunicera känslor och kroppsspråk, och beroende på om detta är önskvärt eller inte är det ett bra sätt att fastställa de motiv vi söker. Yttre faktorer som påverkar en individs syn på videomedierad kommunikation är teknologi och individens sociala omgivning, såsom dess företagskultur då kontexten i studien består av användning inom företag, och inte privat. Bekvämlighet, upplevd närvaro, känslor, och vad videofunktionen tillför kan gemensamt användas för att beskriva själva upplevelsen av att använda videomedierad kommunikation. Dessa teman är sådana vi vill undersöka för att få en bild av varför videomedierad kommunikation används eller inte används inom företag, och vi ställer därmed dem emot litteraturen som helhet och de resultat vår datainsamling ger.

3 Metod

3.1 Tillvägagångssätt

Vår studie innehöll sju stycken respondenter från sju olika företag som befann sig på olika nivåer i företagshierarkin på sina respektive företag. Vi fick en bra spridning på vårt empiriska material då våra respondenter befann sig på positioner från de lägre nivåerna i den organisatoriska hierarkin ända upp till ledningsnivå, vilket gjorde att vi fick en bättre helhetsbild över olika företags åsikter. Respondenterna fick svara på frågorna i vår intervjuguide. Vi valde att rikta in oss på endast sju respondenter då vi ansåg detta antal respondenter tillräckligt. Detta gav oss mer tid att gå på djupet med den empiri vi samlat in och därmed en större chans att besvara våra frågeställningar på ett tillfredställande sätt.

Även om vårt arbete huvudsakligen bestod av intervjuer skapade vi även en sammanställning av milstolpar i utvecklingen av videomedierade konversationsverktyg. Med videomedierade konversationsverktyg menar vi videochatt och videokonferenser då vi vill urskilja dem från de andra användningsområden vi lyfte fram i kapitel 3. Det var vår förhoppning om att denna sammanställning skulle ge en kontext kring vilken teknologi och vilka program som funnits tillgängliga och bidra till analysen och stärka vår slutsats.

3.2 Genomgång av empiri

Vi lade fokuset i våra undersökningar på att få fram data rörande intervjuobjektets syn på datormedierad videokommunikation inom dennes företag men även på att få fram mer generell data gällande hur respondentens företag förhåller sig till området, formellt eller informellt. Vi hoppades att intervjuerna skulle bidra med rik data med ett stort djup och som därmed kunde ge oss en nyanserad bild av det vi studerar. Fokus låg på att få fram hur olika företag resonerar kring användning av olika typer av video som ett verktyg i sin verksamhet samt individens attityder kring videokonferenser.

De frågeformulär som vi fick svar på använde vi för att få fram intresseväckande mönster och grunder för vidare analys samt intervjuer. Vi tog hänsyn till respondenterna, deras situation och beteende när vi tolkade resultaten.

Vi gick igenom intervjutranskriberingarna och letade efter mönster där respondenterna sa liknande saker om ämnet och särskilt de teman som vi identifierat i kapitel 2.7.1 och kategoriserade datan därefter. Samtidigt så lyfte vi fram svar som gav oss nya infallsvinklar till vår frågeställning eller som relaterade till vår litteraturgenomgång på ett eller annat sätt. I de fall då en respondent gav ett svar som verkade gå emot vad denne sagt i resten av intervjun försökte vi titta djupare på dessa påståenden och vara mer kritiska mot dem. Vi höll sedan en diskussion kring vårt svarsmaterial och teorin samt vilka slutsatser som kunde dras från detta i förhållande till vår frågeställning.

3.3 Urvalet

När det gällde vår initiala ansats för undersökningen insåg vi att det är mycket svårt att få ett representativt urval med tanke på att vi enbart tänkt använda oss av ett fåtal respondenter. Vi bestämde oss därför för att göra vårt urval baserat på vad vi ansåg vara ett typiskt företag som använder sig av datormedierad kommunikation (DMK). Detta möjliggjorde att vi snabbt kunde välja ut våra respondenter vilka vi ansåg typiska för sin marknad.

Företag som vi såg som extra intressanta för vår studie var företag där videomedierad kommunikation såsom videokonferenser och videochat används eller har använts i någon utsträckning. En risk förknippad med denna urvalsprocess var att vi felaktigt kunde anse att de företag vi valt ut representerar ett typsnitt av företagen när de egentligen inte gör det (Jacobsen, 2002), men vi ansåg att vi fick en tillräcklig bredd på företagstyper att samla data från. Denna studie undersöker hur videomedierad kommunikation fungerar på sju företag som opererar i Skånes, Hallands, och Stockholms län.

3.4 Hur insamlingen av data genomfördes

Vår insamling av data var inriktad på intervju-sessioner som omfattade cirka en halvtimme. Under dessa intervju-sessioner som i fyra fall skedde via telefon, där vi intervjuade en anställd ur det utvalda företaget, följde vi en intervjuguide innehållande frågor med relevans till vår undersöknings problemformulering och forskningsfrågor samt med vissa riktlinjer som ämnade hjälpa oss genomföra intervjun på ett smidigt och bekvämt sätt för respondenten. Frågorna hade en logisk ordningsföljd och låg på en lagom nivå anpassad efter respondentens kompetens.

Då tillstånd erhöles av respondenten bandades intervjuerna med hjälp av mobiltelefoner. Detta för att möjliggöra transkribering vid ett senare tillfälle.

När vi kontaktade potentiella intervjuobjekt skickade vi ursprungligen med våra frågor för att ge dem en idé om vad vi ville prata om och ifall det var några saker de behövde kolla upp innan intervjutillfället. Två respondenter tackade nej till intervjuer men skickade tillbaka intervjuguiden ifylld med svar. Dessa har vi dock inte tagit hänsyn till då email inte är ett adekvat sätt att få djupa svar.

3.5 Etik

När vi genomförde vår studie försökte vi göra det i enlighet med vad Jacobsen (2002) säger om informerat samtycke, rätt till privatliv och korrekt återgivning. Grundläggande för det informerade samtycket var att våra respondenter fick veta vad deras svar skulle användas till samt att de deltog frivilligt i vår studie. För att uppnå kravet på respondenternas rätt till privatliv frågade vi helt enkelt våra respondenter om de var villiga att svara på de frågor vi ställt upp i intervjuguiden där det framgick att inga frågor var av känslig natur. Samtliga respondenter gav sitt samtycke till dessa frågor. Vi valde i ett tidigt skede att anonymisera både respondenterna och företagen för att inte respondenterna skulle bli eller känna sig utsatta på något sätt. Dessutom gjorde vi avvägningen att det inte skulle bidra till studiens innehåll att

veta vem som sa vad på vilket företag, då empirin talar för sig själv och vi ger beskrivningar av företagen där det behövs. Vi vidtog även åtgärder för att empirin skulle återges så korrekt som möjligt genom att transkribera samtliga intervjuer.

3.6 Kvalitet

Ett problem med intervjufrågor kan vara att det kan förekomma ledande frågor. I dessa fall är en respondents svar påverkade och intervjun kommer inte att ge lika sanningsenlig data. Även om vi är medvetna om problematiken med ledande frågor kan vissa sådana ha uppkommit under intervjuer, speciellt i spontana och oslipade uppföljningsfrågor. Det faktum att vi var närvarande och ställde frågor kan ha haft en allmän observationseffekt vilket kan påverka de svar som ges. Det är möjligt att respondenterna försökte ge oss svar som de trodde vi skulle föredra, vilket är problematiskt men vi försökte ifrågasätta svaren både under intervjuerna och i analysen.

Fler intervjuer hade möjligtvis kunnat ge oss fler infallsvinklar men efter sju intervjuer ansåg vi att vi hade tillräcklig nyanserad data för att se mönster och kunna ge svar på vår forskningsfråga. De företag vi hade kontakt med och som valde att ställa upp var i olika industrier vilket gav oss ett brett perspektiv.

3.6.1 Validitet

Frågor som Jacobsen (2002) menar är viktiga att ta ställning till i en studie är ifall rätt data har blivit mätta, hur korrekt återgivning av datan som förekommer och hur generaliserbart resultaten är. Sättet vi valt att få fram våra slutsatser är inte genom att direkt fråga om motiv utan att försöka få fram det genom att fråga respondenter på olika nivåer på sina företag om sitt användande och vad de tyckte om videokonferenser. Detta kan innebära att vi har gått miste om vissa motiv och fastnat i för- och nackdelar kring videokonferenser då det var på detta sätt som respondenterna huvudsakligen uttalade sig på baserat på våra frågor. Den empiri som insamlats har spelats in och transkriberats för att ge så korrekt återgivning av respondenternas svar som möjligt. Vid pilotstudien finns inte en komplett återgivning då syftet med denna främst var att arbeta fram en mer utförligt intervjuguide har detta inte inverkan på den slutliga analysen. För att göra det mer troligt att det som sägs i en intervju är riktigt och stämmer för mer än individen som uttalade det har vi försökt styrka uttalandet genom jämförelse med andra respondenters uttalande. Vi har ställt samma frågor till alla respondenter och i de fall då naturliga följdfrågor har uppstått som del av respondenternas svar har vi försökt eftersträva liknande följdfrågor om samma ämne i de andra intervjuerna. Bland de svar som getts finns det mönster vilket tyder på riktighet och generaliserbarhet.

3.6.2 Reliabilitet

Reliabilitet handlar om att uppsatsen som helhet är tillförlitlig och trovärdig. Jacobsen (2002) menar att detta beror på uppbyggnaden av studien och exempelvis att upprepade försök ger samma resultat. För att göra uppsatsen så trovärdig och tillförlitlig har vi följt standarder för upplägg av kandidatuppsatser och eftersträvat en bra struktur och innehållsföljd. Upprepade försök av studien skulle ge liknande resultat då även om individuella attityder efterfrågas så finns det mönster och fenomen som vi menar kommer vara närvarande vid upprepade

intervjuer.

3.7 Pilotundersökning

Under ett tidigt skede av studien utförde vi två intervjuer för att samla in grundläggande data samt förfina de intervjufrågor vi tänkt ställa. Detta utgjorde vår pilotstudie. Intervjuerna genomfördes med företag där vi ansåg att det var troligt att de använde videokommunikation i någon form i verksamheten. Den första intervjun bidrog med kritiska insikter i uppsatsens uppbyggnad. Vi insåg att vi var tvungna att revidera vårt problemområde och därmed även forskningsfråga. Detta bidrog till att vi lyckades få ett smalare fokus på uppsatsen, nämligen videochat och videokonferenser och vi fick därmed mycket lättare att sammanställa teoridelen kring kommunikation samt vår metod då vi nu visste exakt vad det var vi ville undersöka.

3.7.1 Första intervjun

För den första pilotintervjun saknas transkribering på grund av tekniska problem, men våra mötesanteckningar av svaren finns i bilaga 1. Då frågorna tillhörde en annan fokus på uppsatsen kommer vi bara lyfta fram de svar som är intresse för vårt nuvarande upplägg, vilka kan utläsas från figur 5. Det saknas svar på frågorna 2c, 2e, 5, 6 på grund av tekniskt missöde så att ljudupptagningen förlorades och anteckningarna inte tillräckligt täckte dessa frågor. Av detta skäl valde vi att senare göra om intervjun med detta företag när vi hade vår slutliga intervjuguide. Detta företag kallas senare i studien för Företag F3.

Tabell 3.1. Resultat och kommentar från vår första pilotintervju.

Fråga	Kommentar
1 Vad använder ert företag för typ kommunikation inom organisationen och utanför organisationen?	Traditionella kommunikationsformer såsom: Fysiska möte, email, sms, intranät, telefon, chat. Skype används för viss internkommunikation. Företaget har ingen videokommunikation med kunder.
2 Hur ser ert företag på användning av video som ett verktyg för Business To Consumer eller Business To Business?	Positivt inställd till video. Lyfter fram att man undviker resor. Vi vill notera att miljövänligheten är en starkt uttalad del i företagets profil och image. Har ingen B2C, men lyfter fram att kunder kan vilja vara anonyma.
3 a) Använder ert företag video i någon utsträckning för att underlätta business och i så fall varför? b) Om video används, hur skedde initiativtagandet? c) Vad grundades beslutet på användning av video på? d) Har ni märkt av några effekter av användandet? e) Vad tror ni detta beror på?	a) Kompetensspridning och utbildning med inspelningar b) Snabbt att ta till sig, kroppsspråk 80% av kommunikation, "klart att det är så". c) Svar saknas d) Har efterfrågats inom företaget. Har statistik på sparade koldioxidutsläpp. e) Svar saknas
4 Vad är er inställning till videokonferenser?	Mycket positivt, företaget har skissat på ett eget system som genom IP-adresser läser av avstånd och ger den informationen (företaget sysslar mycket med mätbart miljövänligt arbete och produkter som möjliggör detta). Ledningsmöten sker på skype och googledocs.
7 Vad för attityder fanns det inom ert företag till användandet av video i verksamheten?	Positivt. Anställda gillar idén av framträdande, skapar engagemang när potentialen blir synlig, de kan göra det intressant. Detta svar är dock menat för all sorts video, och då även filmsnuttar vilket ger större möjligheter till kreativitet än videokonferenser.

8 Har ni några tankar/idéer kring videons möjliga användning inom e-handel?	Här diskuterades videons möjligheter för B2C, och respondenten menar att tillgängligheten på teknologin påverkar och tror det i nuläget det finns potential med videomedierad kommunikation.
---	--

3.7.2 Andra intervjun

Den första intervjun ledde till en ny intervjuguide då uppsatsens fokus hade ändrats. Därför beslöt vi oss att genomföra en andra intervju vilken vi ansåg skulle hjälpa oss trimma ner frågorna till de primärintervjuerna. Vi upptäckte brister och redundans i vår intervjuguide som vi då hade möjlighet att rätta till innan vi genomförde de andra intervjuerna, men då intervjufrågorna berörde samma teman som den senare versionen har vi även valt att ha med det vi lärde oss från denna intervju i vår huvudanalys. Resultatet av vår pilotstudie, det vill säga den reviderade intervjuguiden som användes vid våra resterande intervjuer går att finna i bilaga 2.

3.8 Intervjuguiden

Första frågan i intervjuguiden löd; *Använder du videochat eller videokonferens i arbetet och i så fall varför? Om inte, varför inte?* Detta efterfrågas då det ger viktiga ledtrådar till vår forskningsfråga om hur företag har valt att använda videokonferenser/videochat och varför det inte är den ledande mötesformen. Vi får från svaret på intervjufrågan en bild kring huruvida möten via video används på intervjupersonens arbetsplats samtidigt som vi försöker fånga upp attityder och uppfattningar kring ämnet. Här kan vi även få fram skillnaden mellan intervjupersonens attityder och verkligheten, exempelvis om företaget har beslutat emot videoanvändning trots generellt positiva uppfattningar. Till detta kom följdfrågor. *Vilket program använder du och varför?* Vi frågar detta för att få en uppfattning om vilka program som används och om det hos det här programmet finns egenskaper som lockar till videomedierade möten. *Hur många gånger använder du videochat eller videokonferens på en vecka?* Detta undrar vi för att på ett konkret sätt visa den verkliga användningen oavsett vad svaret på huvudfrågan är. Det kan skilja sig mellan ett vagt påstående av användning och faktiska siffror. Denna grupp av frågor används för att få fram data kring attityder, teknologi, upplevelsen som helhet och erfarenheter av videomedierad kommunikation vilket kommer ligga till grund för analys.

Vi följde sedan upp med en fråga relaterad till företagets strategi kring videomöten.

Företag kan ha mer eller mindre uttalade policier för många saker. Har det kommunicerats i

något formellt eller informellt sammanhang att videochat eller videokonferens är det kommunikationssätt som ska användas i vissa situationer?

Svaret på frågan visar hur mycket ett företag har tänkt på videomedierad kommunikation och om det är ett medvetet beslut på en bestämmande nivå. Genom frågan kan vi även få ytterligare exempel på situationer där videokonferenser har för- eller nackdelar gentemot personliga möten. Den första följdfrågan lyder; *Har ni märkt av några effekter av användandet och i så fall, vad tror ni det beror på?* Konsekvenserna av användandet är här i fokus, vilket både är av intresse i sig själv och kan fungera som en motiverande faktor och som beslutsstöd kring fortsatt användande. Den andra följdfrågan är följande; *Videokonferensprogram kan komma med andra funktioner än videokommunikation. Detta är exempelvis förekommande i program som ska stöda grupparbete. Använder ni någon annan funktion i programmet än videochatten?*

För att få en komplett bild att jämföra mellan videomedierade och personliga möten försöker vi här få fram eventuella inbyggda funktioner som används hos videokonferensprogrammen då vissa program har stöd för dokumentation, filutbyte, etc. Datan från denna grupp av frågor handlar om teknologi, typ och komplexitet av kommunikationen samt vad videofunktionen tillför.

Tredje frågan försöker gå utanför individen för att få fram en överblick av attityder kring videomedierade möten. *Det kan skilja sig från person till person vad man tycker om videokonferenser. Vad för attityder finns det inom ert företag till användandet av videochat/videokonferenser?* Ifall det inte kommer fram i huvudfrågan har vi också en följdfråga för att specifikt efterfråga negativa attityder, vilket skulle kunna förklara varför personliga möten fortfarande föredras över videomedierade sådana. *Finns det motstånd och vet du isåfall varför? Har detta några effekter?* Vi frågar även efter effekter för att få intervjupersonen att skapa kopplingar till företagets videokonferens-användande som helhet. Dessa frågor ger oss data kring attityder och företagskultur.

Den fjärde frågan som vår intervjuguide innehöll var framtagen i ett syfte att belysa användningen och speciellt syftet med möten som hålls via videokonferenser/videochat. Vi ville få fram ifall viss kommunikation är mer lämpad för video och vice versa. *Det finns olika typer av möten, exempelvis för beslut, utvärdering, planering eller uppdatering. Vad för karaktär är det på och vilket syfte finns det med mötena som hålls via videokonferens?* Den förklarande texten kan i detta fall styra intervjupersonens tankar i ett

visst spår där den är begränsad av de alternativen som nämns. Vi menar dock att det fortfarande finns rum för egen tolkning och att det är nödvändigt för att förklara vad vi menar med karaktär på mötet. Denna fråga ger data för att kunna tolka hur typ och komplexitet av kommunikationen spelar in.

Fråga nummer fem löd; *Vad föredrar du, videochat, telefonkonferens, mail eller personliga möten? Kan du uttrycka varför?* Med hjälp av svaren från den här frågan antog vi kunna påvisa för- och nackdelar med varje kommunikationsform. Denna fråga är designad för att ge data om attityder, vad videofunktion tillför, resande, och upplevelsen som helhet men är även så pass bred att annan data kan upptäckas.

Den sista frågan löd; *Har du tidigare erfarenhet av videochat eller videokonferenser? Använder du det privat?* Erfarenhet med tekniken och konceptet påverkar attityder och användning vilket gör det en viktig fråga att ställa för att problematisera det svar som getts i intervjun. Datan ifrån denna fråga behandlar huvudsakligen erfarenhet men kan även resultera i data kring attityder.

4 Resultat

Vi kommer här att gå igenom den empiri som visat sig relevant för vår studie samt göra en analys av dessa data. Empirin har samlats in genom intervjuer som besvarats av respondenter från de företag som vi varit i kontakt med. Kapitlet inleds med en grundläggande analys som är uppdelad efter de teman vi funnit i våra intervjuer. Kapitlet avslutas med en djupgående analys med teoretisk återkoppling.

4.1 Analys

I våra intervjuer hölls diskussioner där vi uppfattade kopplingar till de teman som fastställdes i kapitel 2. I detta kapitel utgör dessa teman upplägget för en grundläggande analys, vilket senare följs upp av en mer djupgående analys med större teoretisk koppling och till sist presenteras de slutsatser vi kan dra ifrån studien.

4.1.1 Attityder

Av de sju personerna vi intervjuade uppvisade två en mer negativ attityd emot videokonferenser, medan fem uppvisade en positiv inställning. Mängden användning är inte en direkt indikator för attityd då valet av kommunikationsform för arbetsrelaterade samtal kan baseras på policys, teknologi och företagskultur vilket är områden vi kommer diskutera senare. Hur mycket en person använder videokonferenser behöver alltså inte motsvara vilken attityd de uppvisar.

De studerade företagens attityder gentemot videokonferenser kan ses i hur många av dem som har gjort det klart, via exempelvis policys att videokonferenser ska användas eller ifall företagen har gjort investeringar i videokonferensteknologi och försett personalen med möjlighet att på ett bekvämt sätt utnyttja den. Se exempelvis följande utdrag ur Företag F4:s regelverk, som respondent R4 har försett oss med;

”Resor bör vara ett andrahandsalternativ, som bokas endast om telefonmöten och Live meetings inte är några egentliga alternativ.”

Utdraget ovan nämner Microsoft Office Live Meeting vilket är programmet som används på den arbetsplatsen både för videochatt och för VoIP-kommunikation. Det här är alltså en tydlig markering av företaget att deras anställda bör använda alternativ till resor. Respondent R2

förklarade att det kommit officiella brev från Human Resources-avdelningen som sagt åt de anställda att använda mer videokonferenser och Respondent R3 hänvisade till företagets regler kring möten och vilka kommunikationsformer som var passande för olika situationer. Det vi kan se är alltså att det i vissa företag finns tydligt kommunicerat att videokonferens faktiskt bör användas i vissa situationer istället för mer traditionella kommunikationsformer som telefon, mail, och fysiska möten vilket kan innebära resor. Vi kan anmärka att de företag som har tydliga policier kring detta har en uttalad miljöprofil enligt våra respondenter.

I de företag där det finns frihet att välja mellan olika kommunikationsalternativ finns det många som inte väljer videokonferens då de inte tycker att det tillför någonting mer än vad som kan uppnås genom telefon, mail och fysiska möten. Detta är en åsikt som även uttalats av de respondenter som arbetar på företag där videokonferenser inte finns tillgängligt.

4.1.2 Vad tillför videofunktionen till kommunikationen?

Uppfattningen att video tillför ett värde till kommunikationen jämfört med mail, telefon, och chatprogram fanns även representerad bland respondenterna. Ett av huvudargumenten för detta var möjligheten att avläsa kroppsspråket hos den man samtalar med.

”För just det här, synen är väldigt mycket, alltså kroppsspråket. Jag har hört någonting om att det är bara ungefär sju procent av det man säger som egentligen är [verbal] kommunikation. Sjuttio-åttio procent är... kroppsspråk.” (Företag F2, se bilaga B3.2)

Detta citat är taget från respondent R2 men åsikten delas bland annat av respondent 3 som uttryckte det på följande sätt;

”Jag tror att kroppsspråk och sånt vägs in i kommunikationen för vi kommunicerar trots allt vad är det 80 eller 90 procent med kroppen.” (Företag F3, se bilaga B3.3)

Respondenterna lägger därmed stor vikt vid icke-verbal kommunikation. Våra respondenter argumenterar för att kroppsspråket är viktigt då det bidrar till att man kan se att alla diskussionsdeltagare är engagerade och inte distraherade, att de verkar förstå vad som sägs, och se ifall det är någon som vill inflika i debatten. Respondent R2 förklarar;

”Och att just kunna se, för du kan direkt fånga upp någon som du märker inte fattar, för han

kan sitta där och bara... ”vad snackar han om?” Du kan direkt ”Men har du (!) en fråga?” eller något sånt. Det skulle du aldrig kunna göra i en telefonkonferens. Därav att videokonferensen är fruktansvärt bra.” (Företag F2, se bilaga B3.2)

Detta påtvingade engagemang skulle kunna vara ett av skälen till att vissa motsätter sig videokonferenser då de vill ha frihet att göra andra saker under ett möte. Respondent R4 har på sin arbetsplats upptäckt följande;

”Ja det jag märker är att många vill inte ha kameran. För att man inte vill synas så att säga. Eller så är det då möjlighet att göra andra saker under tiden. Om det är längre möten och man inte har kamera så kan man kanske sitta och läsa mejl eller göra något annat.” (Företag F4, se bilaga B3.4)

Samtidigt betonar denne respondent också att det både kan vara positivt och negativt att kunna göra något annat under en videokonferens. Respondenten menar att deltagarna i videokonferenser känner sig tvingade att titta in i kameran för att uppfattas som deltagande i mötet, vilket automatiskt förminskar förmågan att göra andra sysslor samtidigt. En liknande aspekt är att till skillnad från mail och chattprogram är omedelbar feedback möjlig vid videokonferenser, såväl som i telefonsamtal.

4.1.3 Resande

Hittills har vi diskuterat videokonferensens fördelar över mail, chatt, och telefon. Den stora fördelen med videokonferenser gentemot fysiska möten däremot är att du kan se den du pratar med men behöver inte befinna sig på samma fysiska plats. Alla respondenter höll med om att detta är en positiv egenskap.

Då det finns en del anställda som ser på resande i arbetet som en personlig förmån kan vara en anledning till att de föredrar att inte använda videokonferens. Så som respondent R2 uttrycker det;

”Alltså det här ”ja, jag tycker om att resa så därför ser jag till att resa till mitt möte.” Och då blir det ju nästan en personalförmån. Därför skulle de liksom... motarbeta videokonferenser skulle jag säga.” (Företag F2, se bilaga B3.2)

Ett av företagen som vi intervjuade mäter hur mycket tid de tjänar in genom att transporttiden försvinner när de håller sina möten via videokonferens medan respondent R2 påpekade hur dyrt det skulle vara att skicka flera medarbetare exempelvis till Kina för att delta i ett möte. En annan fördel som videokonferensanvändandet för med sig är möjligheten för företag att miljöprofilera sig genom att eliminera många resor som hade resulterat i en mängd utsläpp skadliga för naturen utan att för den delen behöva dra ner på antalet möten. Av de företag som vi varit i kontakt med under vår studie har tre stycken ett uttalat miljötänk bland annat genom att reducera antalet tjänsteresor genom användandet av videokonferenser.

Även om videokonferenser drastiskt kan minska behovet av fysiska möten menar respondenter att det kvarstår det faktum att det alltid finns de möten som har ett behov av att utföras på plats. Flertalet respondenter har pekat ut att det finns en sorts personlig kontakt och tillit som skapas vid fysiska möten. Vi har i vår studie förstått att första gången en representant för ett företag träffar en kund eller är i kontakt med större kunder är detta speciellt viktigt. Detta beror bland annat på att denne genom att göra sig besväret att resa till exempelvis ett annat land för att genomföra ett möte med en kund visar på ett engagemang och en respekt vilket kan vara positivt för kundrelationen. Kunden vet att företaget har lagt tid och pengar på kunden och har på detta sätt visat sin uppskattning, vilket Respondent R7 beskriver nedan;

”Men det finns alltså en respekt och en bonding procedur som är stark om man kommer själv från centrala Lund. Då har man liksom rest och ställt andra saker åt sidan just de dagarna, visat sin respekt.” (Företag F7, se bilaga B3.7)

Respondent R6 påpekade att personliga möten kan ge en större helhetsbild i en situation. Han menade att en större mängd information kan förmedlas vid dessa tillfällen samtidigt som det finns en annan typ av flexibilitet. Detta uttryckte han på följande sätt;

”Och resor behöver man också göra ibland. För att det är inte alla detaljer man får i ett möte utan man får genom att träffa folk i andra situationer och vara ute i verksamheten och titta på saker och ting och kan då ställa frågor.” (Företag F6, se bilaga B3.6)

Vid personliga möten finns även möjligheten att avläsa en persons kroppsspråk i sin helhet.

4.1.4 Bekvämlighet

När det gäller hur videomöten upplevs är det mycket individuella preferenser som spelar in. I vår studie har vi stött på följande orsaker till obehag vid möten där den dimensionen är närvarande, alltså både videokonferens och personliga möten. Vissa personer känner sig obekväma framför en kamera medan andra vill se till att de ser så bra ut som möjligt om de ska synas. Om en individ har en social fobi är det möjligt att ett mail eller telefonsamtal är enklare att genomföra än att prata med någon i realtid samtidigt som personerna ser varandra. Sen finns det också de som känner att det finns en viss grad av trygghet då man kan se personen, då denne ger dig full uppmärksamhet och du kan avläsa deras uppriktighet. Detta kan jämföras med den respekt och uppmärksamhet som uppnås vid personliga möten.

Respondent R7 menar att det kändes obekvämt att synas men inte se motparterna i en videokonferens, men att det inte spelade roll för arbetets utförande. Däremot säger Respondent R4 att om inte en chef visar sig tänker inte en fackansvarig visa sig i bild heller, även om mötet ändå blir av.

4.1.5 Upplevd Närvaro

Personliga möten är den kommunikationsform där de som kommunicerar fysiskt befinner sig på samma plats men respondenterna uppvisade åsikter om att de uppfattar olika grader av närhet till kommunikationspartnern via olika kommunikationsformer. Respondent R4 uttryckte det kort och koncist;

”Det är ju en annan närvarokänsla när bilden är med, helt klart.” (Företag F4, se bilaga B3.4)

Ett av företagen vi hade kontakt med försökte utnyttja detta. Företag F4:s kontor i Lund använder för sina videokonferenser tre rum med systemet TelePresence. Vad detta innebär är att dessa rum är utformade som konferensrum med sex-sju platser och ett bord framför en rad skärmar som visar de man talar med framför likadana bord. Eftersom uppsättningen är identisk på alla företagens kontor med TelePresence-teknologin menar Respondent R4 att det ger intrycket av att mötesdeltagarna befinner sig i samma rum. Detta har också en effekt på presentationsmöjligheterna;

”Och det är samma sak där också att du kopplar in din laptop och så visas den här

presentationen på de skärmarna som finns där så det är ungefär som att du står o visar på en tavla i ett rum fast det är ett rum i Bejing till exempel. Det är rätt coolt faktiskt. Speciellt också när du ser att de andra tittar åt samma håll där du pekar, nej det är faktiskt en jätkligt cool känsla. ” (Företag F2, se bilaga B3.2)

Denna typ av videokonferenssystem resulterar i en rumsuppfattning där vilket håll du tittar åt återspeglar vilken plats den talande sitter vid sitt bord.

4.1.6 Erfarenhet

Många av respondenterna hade uppfattningen att mängden erfarenhet spelar stor roll på hur videokonferenser används och mottas av de anställda. Respondent R2 sammanfattade det väl;

”Människor använder lite den teknik som de är vana vid.” (Företag F2, se bilaga B3.2)

Samma respondent menade också att det i många fall representerade en tröskel som användaren var tvungen att överstiga och att det handlade om erfarenhet. När väl anställda har vant sig vid idén och använt systemet blir de snabbt mer positivt inställda i respondentens mening. Erfarenhet med videomedierad kommunikation kan även innebära att personen i fråga har använt liknande teknologi privat, vilket vi kunde se i att flera respondenter använde Skype-videochat på fritiden. Detta resulterade dock inte alltid i att respondenten ansåg att videokonferenser är passande för dess yrke.

4.1.7 Typ och Komplexitet av Kommunikation

När respondenterna blev tillfrågade att välja sin favoritform av kommunikation mellan telefon, email, chatprogram, videokonferenser och personliga möten så svarade alla att det berodde på situationen. Vi gör här en särskiljning baserad på komplexiteten av interaktionen och syftet med denna. Vissa situationer kräver fysisk närvaro, exempelvis som Respondent R5 påpekade om deltagarna ska arbeta på att konstruera eller felsöka fysiska komponenter ihop. I vissa fall vill företagen visa sin uppskattning för sina kunder eller samarbetspartners genom att bjuda ut dem på exempelvis restaurang i samband med eller istället för ett formellt möte.

Det fanns skiljda åsikter om kommunikationsformerna men personliga möten sades vara det bästa. Svårigheterna förknippade med resor gjorde att det inte alltid var optimalt, och särskilt

inte för vardagligt bruk. Då det inte var passande med personliga möten gick åsikterna isår huruvida telefonkonferens eller videokonferens var det bästa alternativet. Syftet med mötena som skulle hållas via dessa kommunikationstyper var av en typ som behöver mer diskussion och det är viktigt att alla deltagare förstås. Dessa möten är egentligen sådana där alla respondenter föredrog personliga möten och därmed är behovet för graden av komplexitet på kommunikationen i många fall samma. Exempelvis används dessa möten för avstämning, utvärdering, planering och utbildning. Det respondenterna lyfte fram som var viktigt i dessa typer av möten var tydlighet. Vissa tyckte att större tydlighet gavs via video, antingen för att kroppsspråk kunde avläsas eller för att det kunde hjälpa att avläsa vad någon säger ifall ljudet inte är av bästa kvalitet. Andra respondenter föredrog telefonmöten då de tyckte att video inte tillförde något då de ansåg att informationen var det viktiga och möten som behöver mer än bara ett enkelt informationsutbyte bör hållas på plats. De flesta respondenter menade att enklare, kortare och huvudsakligen internt informationsutbyte är mer lämpligt med mail och chatprogram, som för övrigt även har fördelen av att inte vara en tidsbunden kommunikationsform.

Flertalet respondenter lyfte fram att de föredrog att använda videokonferens vid gruppmöten men inte när det gällde kommunikation med en enskild person. Respondent R7 uttryckte sig såhär;

”Men vad ska jag säga, så fort man ska blanda in video, visuell bild, då tycker jag att då får det finnas lite substans i rummet att det är fem på andra sidan och det är fem här [...]”

(Företag F7, Se bilaga B3.7)

Även om respondenten inte visste varför han höll denna åsikt så kan vi se att han inte tyckte videokonferenser var lönt om inte det var ett gruppmöte. Vi kunde även se hos andra respondenter att de använde videokonferens främst för gruppmöten. En respondent påpekade dock att utbildningsansvariga på dennes företag förespråkade användning av videosamtal mellan endast två parter.

4.1.8 Känslor

I våra intervjuer upptäckte vi att det görs en särskiljning mellan videokonferens och videochat. Dessa ord är värdeladdade och respondenter uppfattade videochat som en mer privat kommunikationsform medan videokonferens ansågs vara mer för arbetsrelaterad

kommunikation. Samtidigt tog respondenter upp att en fördel med videomedierad kommunikation är att känslor är mer tydliga men att detta inte är passande på arbetsplatser. Respondent R7 särskiljde också mellan det privata och arbetet när han sa att videokommunikation som i dennes erfarenhet var av dålig kvalitet är acceptabelt för privat bruk då ambitionsnivån är lägre.

4.1.9 Teknologi

Respondenterna var eniga om att videokonferenssystem som ska användas i arbetet måste vara enkla att använda och av en tillräcklig kvalitet. Om det är krångligt eller dålig kvalitet uppkommer en negativ attityd och utnyttjandet av videokonferenser minskar. De respondenter som förhöll sig negativa gentemot videokonferenser var även de som tyckte att det system som används eller har använts på deras arbetsplats var omständigt. Även respondent R6, som i allmänhet var positiv inställd till idén kring videokonferenser, sade att;

”Nej man bör inte ha för krångligt att koppla upp och greja och ha sig för mötena... Det ska vara bekvämt och snabbt.” (Företag 6, se bilaga B3.6)

Respondent R2, som var en entusiastisk förespråkare för videokonferenser, påpekade att det system som användes på dennes företag var enkelt och smidigt att använda då videolänken i rummet startar på den för mötet bestämda tiden, utan att deltagarna behöver göra någonting. Tillgången till lättanvänd videokonferensteknologi verkar påverka hur användande och attityder kring videokonferenser ser ut. Ett skäl som respondenterna lyft fram till varför videokonferenser inte alltid används är också att företagen de har kontakt med inte alltid har tillgång till eller valt att använda sådan teknologi.

Flera respondenter har lagt fram att de anställdas bakgrund och intresse för nya teknologier påverkar deras val av kommunikationssätt. Med bakgrund menar vi exempelvis utbildning och teknikvana. Respondent 6 som haft negativ erfarenhet av företagets tidigare videokonferenssystem använde Skype på fritiden och skulle vara öppen för att använda det eller liknande system i arbetet. Företag F6 har dock deklarerat Skype som att inte vara tillräckligt säkert.

Något som videokonferensteknologi bidrar med i möten där deltagarna är på olika platser är att det finns möjlighet att använda presentationsmaterial. Det enklaste sättet är att hålla upp

visuella hjälpmedel framför kameran men flera videokonferenssystem har möjligheten att skicka eller dela material. Exempel på detta är delning av skrivbord. Detta är också förekommande i andra typer av datormedierade kommunikationssystem av typen VoIP. Det var vanligt bland våra respondenter att vardagligen använda VoIP-tjänster, och även om videotjänster följde med användes dessa sällan av respondenterna.

4.1.10 Företagskultur

Respondenterna har sagt att kulturen inom företaget spelar en roll för hur de kommunicerar. Det tydligaste exemplet på detta är att de flesta företag traditionsenligt till större delen använder sig av fysiska möten och telefonkontakt. Respondent R2 säger;

”För att det är som sagt så, vi är i en möteskultur och det är mycket personliga möten som gäller eller telefonkonferenser, det är sån oerhörd tradition.” (Företag F2, se bilaga B3.2)

Detta kan innebära att det finns ett motstånd mot att använda eller ens tänka på nya kommunikationsformer, speciellt i de fall då denna möteskultur är starkt rotad i ett företag eller en del av ett företag. En annan respondent pekade ut att mellan två filialer som blivit tillsagda av huvudkontoret att använda videokonferenser uppvisade de flesta från den ena av filialerna motstånd mot idén medan den andra filialen var mer positivt inställd.

Ledningen på ett företag är de som bestämmer vilka kommunikationsformer som finns att välja mellan och gör detta tydligt genom policys och investeringar inom kommunikationsteknologier. I kontakten med våra respondenter har vi funnit ett par anledningar till varför ledningen på företagen har valt att använda videokonferenser utöver det mer konventionella skälet att färre resor sparar tid, pengar och miljö. En respondent uppfattade det som att ledningen ville skapa en ”företagskänsla” genom användning av videokonferenser. Ett annat mer praktiskt skäl till varför företag finner sig med videokonferenser påpekades av en ytterligare respondent. Paketlösningar för kommunikation inköps, vilket innebär att ett företag köper en mängd produkter från ett annat företag och även får tillgång till andra produkter och tjänster än de var ute efter. Även om medel för videomedierad kommunikation finns tillgängligt i paketlösningen är det inte säkert att det kommer användas.

Det verkar också som att det finns särskilda skäl för chefer att använda videokonferenser

själva. En respondent menade att chefer är mer benägna att använda ett system de har varit med att köpa in eftersom att de är medvetna om vad det kostar, och tänker inte slösa bort det. Samtidigt menar respondenten att cheferna på dennes företag är snabba att använda nya lösningar först och på så sätt leder resten av företaget.

4.2 Fördjupad analys

Individens attityder spelar roll då de kan ge insikt till allmänna och generaliserbara aspekter av videomedierad kommunikation. Det är i många fall ett företags ledning som bestämmer ifall videokonferenser och liknande bör användas eller görs speciellt tillgängligt, men i de fall där policys inte finns på plats är det fortfarande upp till individuella anställda hur de ska sköta kommunikationen. Även i de fall då policys finns används fortfarande alternativ till videokonferenser. Det är därmed viktigt att undersöka vad individerna inom ett företag anser om videomedierad kommunikation för att få fram svar till varför det används eller inte.

Trots att alla tillfrågade hade både positiva och negativa saker att säga om videokonferenser så kunde vi se en uppdelning efter hur entusiastiska de är. Denna entusiasm visade sig huvudsakligen i vad de betonade när de pratade, exempelvis om de lade mer vikt på det positiva eller negativa och om de försökte förklara bort motsatsen.

4.2.1 Allmänna motiv

Det vi kan se i vår studie är olika kommunikationsformer är bra för olika situationer men att personliga möten fungerar i de flesta situationerna eftersom det är den rikaste formen av kommunikation och det dessutom kan förekomma värdefulla effekter såsom att visa respekt och tillit. Denna form av kommunikation möjliggör en mängd tänkbara interaktioner och då alla sinnen är närvarande är det i enlighet med teorin om rika medier som säger att ju högre rikhet ett medium har, desto bättre är det på att förmedla information (Kock, 2005).

Personliga möten är inte alltid en möjlighet då det ofta innebär långa kostsamma resor och är ibland inte nödvändiga då informationen som ska förmedlas inte är i behov ett så rikt medium för att vara tillräcklig. Vi återknyter här till forskningsfrågan om vilka motiv det finns kring användning av videokonferens inom och mellan företag. Resor kostar pengar och tid, vilket bland annat resulterar i att de anställda får mindre tid åt sina huvudsakliga arbetsuppgifter.

En jämförelse med resor säger oss att videokonferenser har enklare för att snabbt lägga till flera i konversationen utan att förlora mediets grad av rikhet. Vid fysiska möten kan det vara

orealistiskt att få dit fler deltagare, och att koppla in någon via telefon till mötet är en möjlighet om än en som innebär en kompromiss i mötesformen. För att införliva nya deltagare i en videokonferens krävs det bara att personen kan nås och att den har tillgänglighet till exempelvis en laptop med rätt programvara.

Samtidigt är det tydligt att många företag försöker använda en miljöprofil för att differentiera sig från sina konkurrenter på marknaden, vilket bland annat ofta innebär att skära ner på tjänsteresor. Här ser vi att videokonferenser och telefonkonferenser används som alternativ till resor. Det finns dimensioner som tillför värde till kommunikation över video men det finns även problem.

4.2.2 Vad tillför videofunktionen?

Som vi ser det är de huvudsakliga problemen för videokonferenser synen att det inte tillför någonting samt att det innebär onödigt krångel. Att video tillför någonting kan argumenteras både för och emot då vissa människor föredrar telefonsamtal eller email och tycker det är störande att synas i bild. Huruvida en användare syns på bild kan också vara en maktkamp då denne kanske inte tänker visa sig om det inte är samma villkor och den andre också visar sig, vilket kunde ses i exemplet när en fackansvarig skulle ha videomedierad kontakt med en chef.

Det finns dock respondenter som hävdar att det är lättare att få med alla aspekter av kommunikation när användaren kan se motparten vilket gör det lättare att förtydliga, förstå och säkerhetsställa deltagande. Detta då kroppsspråket är synligt och stor del av vår kommunikation är icke-verbal. Det är intressant hur stor vikt respondenterna lägger vid icke-verbal kommunikation. Hur mycket som är synligt av kroppsspråket vid en videokonferens kan vara en faktor för hur effektivt ett sådant samtal upplevs, med hänvisning till hur mycket av den icke-verbala kommunikationen som kan tolkas eller hur mycket deltagarna känner kan tolkas. Detta skulle kunna innebära att det till och med kan spela roll hur kameran är uppsatt och hur mycket som fångas på bild. Telefonkonferenser borde därför vara mer en mer osäker kommunikationsform.

En aspekt av videomedierad kommunikation som är en följd av kroppsspråkets betydelse är att det möjligen krävs en större närvaro och uppmärksamhet. I vissa fall menar vi att är detta passande då full uppmärksamhet krävs för att uppfylla syftet, men i andra fall kanske uppgifter samtidigt behövs undersökas på datorn för att kunna bidra på bästa sätt till mötet.

Eller så kanske videokonferensen inte är så krävande och andra arbetssysslor kan utföras samtidigt. I dessa fall är motstånd till videokonferenser en förståelig reaktion.

Det finns en fråga om huruvida det är samma typ av möten som hålls via telefon som via personliga möten. Respondenter som ogillade videokommunikation ville ta personliga möten istället, men ifall resor dras in så måste dessa möten hållas på ett annat sätt vilket betyder att det blir en förlust i rikheten hos kommunikationen. Respondenterna som föredrar telefonkonferenser tycker att det som förloras inte var av särskild nytta.

4.2.3 Typ och komplexitet av kommunikationen

Vi nämnde i kapitlet om rika medier att Newberry hade gjort en skala för hur rika olika medier är, vilket kan ses i figur 3. Det är intressant att en av våra respondenter spontant gjorde en mental skala av samma typ och rangordning för att förklara för oss fördelar med videokonferenser. Denne respondent var av den fulla uppfattningen att ju mer information som fanns tillgänglig i interaktionen desto bättre.

Till skillnad från telefonkonferenser kan användare av videomedierade möten avläsa kroppsspråk och ansiktsuttryck vilket enligt Kock (2005) leder till mindre tvetydighet i konversationer, det vill säga färre missuppfattningar. Något som tydligt i våra intervjuer är däremot att olika kommunikationsmedel används för olika syften, vilket överrensstämmer med Daft et al (1987) som menar att rätt val av kommunikationsmedel för en specifik situation är en framgångsfaktor i arbetet. Vår undersökning har inte behandlat framgångsfaktorer men det finns tydliga inslag av mycket medvetna val av kommunikationsmedel. Kortare meddelanden som tips och enklare instruktioner skickas via chat eller mail, medan kundkontakt oftast kräver kommunikation med samtidigt utbyte av information och möjlighet till diskussion. De korta meddelandena är ofta enkla och snabba att skicka medan mer komplex kommunikation kräver en större insats av deltagarna. Det är därför onödigt att slösa tid och energi att använda ett rikare medium för dessa syften, vilket verkar vara en återkommande och naturlig åsikt hos respondenter.

Hur krångligt det är att använda videokonferenser är också ett stort tema i våra undersökningar. De företag som har rört sig bort från videokonferenser har prövat dem men tyckt att kvalitén var bristfällig eller att det var för omständigt och krångligt att använda. De som har positiva åsikter om och använder videokonferens hade färre problem med sina

videokonferenssystem. Här syns hur stor påverkan det videokonferenssystem som används har. Samtidigt är det rimligt att tro att de företag med negativa erfarenheter av videokonferenssystem är ovilliga att testa dyra nyare versioner som kan vara förbättrade. Det är nog inte så enkelt som så då ledningar byts ut och konsulter anställs, vilka kan ha andra attityder och kan genomför förändringar. Dessutom är det en nödvändighet för framgångsrika företag att anpassa sig efter omvärlden och om videokonferenser blir standard kanske de motvilliga företagen tänka om. En respondent anmärkte skämtsamt att det nog är på väg att bli standard i snar framtid om man gick efter reklamen företaget mottagit. Detta är inget vi kan lägga för stor vikt vid då vi menar att reklam styrs mycket av uppfattade trender och buzzwords.

4.2.4 Attityder och uppfattningar

Det är möjligt att respondenter som arbetar på företag utan videokonferenser färgas av företagets beslut och kan leda till att personen försvarar icke-användande. Vi gör här kopplingen att de respondenter som inte använder videokonferenser så mycket inom sitt arbete ofta har uppfattningen att videokonferenser inte tillför någonting för dem. Det är dock intressant att anmärka att av de vi intervjuat så har ett flertal ursäktat sig när de kritiserar videokonferenser. Flera har uttryckt att de kanske har en gammeldags uppfattning. Vi undrar om detta beror på en gardering då de vi talat med inte är experter och inte vill uppfattas så, ifall de har uppfattat våra frågor som att vi letar huvudsakligen efter positiva saker om videokonferenser och de försökt göra oss nöjda eller ifall det finns en uppfattning om att videokonferenser i sig själv är positivt även om ens personliga erfarenheter går emot. Vi resonerar som att det är en blandning av dessa skäl men det är möjligt att videokonferenser uppfattas som en nyare och ”coolare” teknologi, vilket uppfattas som att den säkerligen är bra.

Flera respondenter har på liknande sätt talat om att det kan vara bra att kunna avläsa kroppsspråk då en stor mängd av det vi säger är icke-verbalt men ändå varit emot videokonferenser. En respondent uttryckte det som att han kanske är en grottmänniska för att inte han stöder videokonferenser. Kroppsspråk var något flera respondenter höll stark tilltro till, och två stycken citerade siffror på fördelningen verbal/icke-verbal kommunikation. De sade inte samma siffror men var inte långt ifrån varandra och inte långt ifrån vad Pease (1994 se Hörnfeldt & Lidman, 2003) hävdar. Det är intressant att detta är något respondenter tagit till sig och inte heller kritiserat. Detta skulle kunna ha att göra med egna erfarenheter av hur kroppsspråk har hjälpt tydliggöra en situation och påståendet om kommunikationens

uppdelning kan ha lett till ett ”aha”-ögonblick som kunde förklara tidigare erfarenheter och fungera som en intressant faktabit i sociala sammanhang. Samtidigt är det värt att nämna att vi blir tillsagda om kroppspråkets vikt ifrån vår omgivning. Om vi ska hålla presentationer eller ska gå på arbetsintervjuer blir vi rådda att exempelvis stå, röra händer och uttala oss på ett visst sätt.

4.2.5 Omgivningen och teknologi

Vi kunde se i studien att hur enkelt det är att använda ett videokonferenssystem påverkade hur respondenterna använde och uppfattade det. Likaså var de mycket influerade av vad de ansåg att videodimensionen tillförde till kommunikation på distans. Dessa förhållanden överrensstämmer med vad Davis säger om teknologianvändande (Davis, 1989 i Yoo, 1998).

Det vi har märkt av från våra respondenter och deras företag är att den bransch de tillhör möjligen spelar en roll i hur väl anpassade och villiga de är att använda sig av videokonferenser. Företag F2 är till exempel ett företag som sysslar med nya teknologier och samtidigt arbetar med kommunikation och det var också det företaget som till synes hade investerat mest i videokonferenser. Vi kan jämföra Företag F2 med Företag F7 då F7:s verksamhet också går ut på tillverkning men inte tillhör en lika kommunikationspräglad bransch som F2 gör. Vi kan dra liknande paralleller med de andra respondenternas företag.

Yoo hävdar att organisatoriska påtryckningar såsom bestämmelser, chefers förespråkande och arbetskollegors rekommendationer även påverkar (Yoo, 1998). I vår studie såg vi detta tydligast när policys fanns. På ett företag talades det om att chefer fungerade som en inspirationskälla för nyttjande av nya teknologier. Vi såg däremot inga tecken på att arbetskollegornas rekommendationer skulle ha påverkat de anställdas val av kommunikationsteknologi. Detta skulle kunna vara för att våra intervjufrågor inte uttryckligen frågade om det och ingen av respondenterna nämnde arbetskollegors rekommendationer som ett skäl till användande av videokonferenser. Vi avfärdar dock inte arbetskollegornas potentiella betydelse för val av kommunikationsform och företagskultur på större eller mindre skala ser ut att kunna vara betydande för attityder, exempelvis när större delen av endast en filial är emot videokonferenser.

Yoo (1998) hävdar också att den ursprungliga attityden att man inte tänker använda en teknologi inte har en nödvändig påverkan på framtida bruk av teknologin. Detta kunde vi se

exempel på bland respondenternas observationer. Två respondenter, Respondent R2 och R3, påpekade att det verkar finnas en tröskel och att ju mer en anställd använder videokonferenser desto mer villiga är de att göra det igen. Det är värt att påpeka att respondenternas företag är teknikdrivna och Företag F2 är ett företag där mycket resurser har lagts ner på att videokonferenser ska fungera så bra som möjligt. Men erfarenhet kan både vara positivt och negativt eftersom olika videokonferenssystem fungerar olika bra och människor i allmänhet har sina individuella preferenser. I de fall då respondenter har haft negativa erfarenheter med videomöten har vi sett att detta minskat deras villighet till att pröva andra videokonferenssystem. Det är dock troligt att om företaget bestämmer att det ska prövas igen så kommer respondenterna med dåliga erfarenheter göra som de blir tillsagda. Detta borde betyda att negativa inställningar kring videokonferenser snabbt kan bli positiva efter att personen i fråga har provat på, antingen frivilligt eller efter att ha blivit instruerad att göra så, ett tillfredsställande videokonferenssystem. Med detta menar vi att negativa erfarenheter kan överskrivas av positiva erfarenheter.

4.2.6 Naturlig interaktion

En faktor som verkar vara till del för att det ska vara tillfredsällande att använda videokonferenser är att det ska kännas så naturligt som möjligt. När tanke har lagts ner för att skapa illusion av att mötet sker i samma rum, såsom är tanken med Telepresence (Cochrane et al 1993) samtidigt som ens beteende i rummet har en påverkan på en fjärran plats eller på din feedback som i immersive video (Weihong-Guo et al, 2008) så menar vi att detta rör sig mot en mer naturlig och bekväm upplevelse. Telepresence leder till en interaktion som är närmare personliga möten, då uppfattningen av tid och rum är liknande i detta hänseende. Då immersive video-konceptet går ut på att användaren ska kunna kontrollera vad denne vill titta på i omgivningen (Moezzi et al, 1996) ligger den tekniken nära exempelvis Företag F4:s TelePresence system. Vi ser det som en möjlig riktning att föra videokonferenstekniken mot i framtida utveckling av sådan teknologi. Det är viktigt att ha i åtanke att sådan här videokonferensteknik är dyr att implementera vilket gör det mer lättillgängligt för större företag med stora resurser. Det är också rimligt att anta att en sådan teknik är mer trolig att hitta hos internationella företag då de har större resurser och behovet av resor oftast är betydligt större än hos företag som endast är verksam i ett land.

4.2.7 Mängden deltagare

Videokonferenser verkar vara av större betydelse när det är en större grupp som kommunicerar. Vi kunde se detta som att respondenter inte tyckte det var lönt annars samt att vissa av fördelarna de nämnde som att uppfatta att alla följer med i diskussionen är av större vikt när flera personer närvarar. Det är också möjligt att videokonferenser är mer lämpat för att vara ett grupp-kollaborativt medium. Andra kollaborativa system såsom GDSS har övriga funktioner än kommunikation (Aiken et al, 1994), och vi kunde se att i vissa fall så hade vissa av de använda videokonferenssystemen funktioner för att hålla presentationer eller dela material. Dock varierade detta och i många fall ingick videolösningen i ett större koncept och paketslösning där funktionerna fanns. Funktionerna fanns också i de system som inte använde sig av video.

Finns det nytta av videokonferenser med endast två deltagare? Vi uppfattar inte som att respondenter använde detta, men att det var något som exempelvis de som sysslar med utbildning förespråkade. Hos företag är det rimligt att tänka att eleven och läraren har mer individuell kontakt än gruppssammanträden. Detta passar in med idén om att undervisning blir mer flexibel och att lärare kan nå ut på nya sätt (Pullen, 2001).

Respondenter menade även att video kan vara positivt om mer känslor ska uttryckas och det gjordes en särskiljning mellan det som kallades videokonferens och videochat. Om särskiljningen här gick mellan hur många som var i ett samtal eller vilket program det var som användes var inte klart. Ordet chat kan ses som ett vänskapligt samtal mellan två personer medan ordet konferens ger en bild av ett större möte. Det fanns dock överlappningar då program som Skype som vanligtvis ses som videochat användes inom arbetet. Det är även mycket möjligt att den valda terminologin var bristfällig då det är möjligt att tolka ”chat” som informellt prat medan ”konferens” har en uteslutande professionell karaktär. Det som uppfattades som videochatsystem verkade respondenterna uppfatta mer lämpligt för känslouttryck och därmed passa privat bruk bättre. Skype används dock i arbetssituationer så bara för att det finns möjlighet för känslouttryck så behöver det inte nödvändigtvis förekomma.

5 Slutsatser

Syftet med vår studie var att analysera de motiv och attityder som ligger till grund för att företag använder videokonferens eller inte. Vår studie visar på att det finns ett antal motiv kring användningen. Det huvudsakliga är att videokonferensanvändare sparar tid och pengar när de som ett resultat av videokonferensanvändning kan dra ner på resande. Detta leder i sin tur till att företaget kan visa upp sig som miljövänligt vilket är ett sätt att stå ut bland konkurrenter och det kanske är en inriktning mer genuint miljöintresserade företag vill eftersträva. Ett lite mer subjektivt motiv som vi fann var att videokonferenser uppfattades som bidragande till en trevligare mer öppen arbetsplats. Ännu ett motiv bakom videokonferensanvändning är att många uppfattar det som ett rikare sätt att kommunicera än mer traditionell datormedierad kommunikation och telefonkonferenser vilket resulterar i att mindre information förloras på vägen.

Vi fann även motiv som talade för att inte använda videokonferenser. Många uppfattar det som en krånglig kommunikationsform. Den traditionella företagskulturen innefattar ett mötesfokus där fysiska möten premieras vilket kan resultera i motstånd mot videokonferensanvändning. Ett annat motiv har att göra med att fysiska möten har vissa fördelar som ej går att komma runt med videokonferenser, hur realistiska dessa än blir. Det var många i vår studie som ansåg att andra mer traditionella kommunikationsformer som telefon och mail kan täcka upp för videokonferenser.

Övriga slutsatser vi dragit ifrån vår undersökning är att videokonferenssystem som är enkla att använda blir mer populära och om de eftersträvar naturlig interaktion exempelvis genom telepresence blir upplevelsen mer givande och möjligen mindre obekvämt. Detta är dock något som kostar så en satsning på bra videokonferenssystem är inte något som är möjligt för alla företag. Vår slutssats är att videomedierade samtal är den rikaste formen av datormedierad kommunikation då fler sinnen är engagerade och informationsutbytet är större. Det kanske dock ej är nödvändigt i alla situationer men är en bra ersättning för möten där endast ljud är tillgängligt. Vi fann även att videochat och videokonferenser uppfattas olika och videochat verkar oftare handla om samtal mellan två personer eller känslöytringar och därmed vara mindre passande för arbetsplatsen

Bilagor

Bilaga 1 Pilotundersökning

<p>1. <i>Vad använder ert företag för typ kommunikation inom organisationen och utanför organisationen?</i></p> <p>Möte, email, sms, intranät, telefon, mobilt/skype, video, chat, presentation av produkter läggs upp på youtube. Seminarie och internkommunikation. Regelbunden utbildning (varje vecka) läggs upp internt. Ej videokommunikation till kunder.</p>
<p>2. <i>Hur ser ert företag på användning av video som ett verktyg för Business To Consumer eller Business To Business?</i></p> <p>Eftersom företaget säljer till företag, så ej B2C. De ser positivt till att undvika resor. Attityd: kunde vara trevligt i kundkontakt men samtidigt finns det nog önskan för att vara anonym.</p> <p>Samuels tillägg: Vision om kundsupport med video.</p>
<p>3. <i>a) Använder ert företag video i någon utsträckning för att underlätta business och i så fall varför?</i></p> <p>Kompetensspridning, filmsnuttar läggs upp internt, instruktionsfilmer för övriga.</p> <p><i>b) Om video används, hur skedde initiativtagandet?</i></p> <p>Snabbt att ta till sig, kroppsspråk 80% av kommunikation, ”klart att det är så”</p> <p><i>c) Vad grundades beslutet på användning av video på?</i></p> <p>---</p> <p><i>d) Har ni märkt av några effekter av användandet?</i></p> <p>Fungerar, har efterfrågats av de på företaget, filma klipp ihop</p> <p><i>e) Vad tror ni detta beror på?</i></p> <p>...</p>
<p>4. <i>Vad är er inställning till videokonferenser?</i></p> <p>Mycket positivt, företaget har skissat på ett eget system som genom IP-adresser läser av avstånd och ger den informationen (företaget sysslar mycket med mätbart miljövänligt arbete och produkter som möjliggör detta). Ledningsmöten sker på skype och googledocs.</p>
<p>5. <i>Hur skiljer sig videokonferenser från vanliga konferenser enligt dig?</i></p> <p>---</p>
<p>6. <i>Har du märkt av någon skillnad i sättet personer kommunicerar via videokonferenser gentemot ett face-to-face möte?</i></p> <p>---</p>

7. *Vad för attityder fanns det inom ert företag till användandet av video i verksamheten?*

Positivt. Anställda gillar idén av framträdande, skapar engagemang när potentialen blir synlig, de kan göra det intressant.

8. *Har ni några tankar/idéer kring videons möjliga användning inom e-handel?*

E-handel bygger bara på det är ett bra sätt på att få mkt volym och att man kan göra mkt själv. Jämför med internetbank (det skulle vara otympligt att vara på ett bankkontor o få en annan att göra allt om kan göra allt det själv där hemma). Skälet till att det inte har försökts innan är pga tillgänglig teknologi och bandbredd. Nya möjligheter öppnar sig.

Kan finnas idé med konsumentvideos för att visa produkten innan man köper.

Bilaga 2 Intervjuguide

1. Använder du videochat eller videokonferens i arbetet och i så fall varför? Om inte, varför inte?

- Vilket program använder du och varför?

- Hur många gånger använder du videochat eller videokonferens på en vecka?

2. Företag kan ha mer eller mindre uttalade policies för många saker. Har det kommunicerats i något formellt eller informellt sammanhang att videochat eller videokonferens är det kommunikationssätt som ska användas i vissa situationer?

- Har ni märkt av några effekter av användandet och i så fall, vad tror ni det beror på?

- Videokonferensprogram kan komma med andra funktioner än videokommunikation. Detta är exempelvis förekommande i program som ska stöda grupparbete. Använder ni någon annan funktion i programmet än videochatten?

3. Det kan skilja sig från person till person vad man tycker om videokonferenser. Vad för attityder finns det inom ert företag till användandet av videochat/videokonferenser? - Finns det motstånd och vet du isåfall varför? Har detta några effekter?
4. Det finns olika typer av möten, exempelvis för beslut, utvärdering, planering eller uppdatering. Vad för karaktär är det på och vilket syfte finns det med mötena som hålls via videokonferens?
5. Vad föredrar du, videochat, telefonkonferens, mail eller personliga möten? Kan du uttrycka varför?
6. Har du tidigare erfarenhet av videochat eller videokonferenser? Använder du det privat?

Bilaga 3 Intervjuprotokoll

B3.1 Intervjuprotokoll Företag F1 (2011-10-20)

A = Samuel Edelman

B = Mikael Sevandersson

C = Respondent R1

A: Vad är din inställning till videokonferenser?

C: Min inställning är väl... den är ju positiv så tillvida att det är liksom ett bra sätt att se den man pratar med. För att förstå och att tydligare kunna förklara sig själv. Liksom kroppsspråk och ansiktsuttryck som kan bidra till att få fram sin sina meningar eller sin poäng.

A: Mm.

C: På något sätt. Sen har jag ju själv inte använt det så himla mycket men... jag är positivt inställd till det.

B: När du säger att det är tydligare att förklara, då tänker du i förhållande till telefonsamtal och mail och såna saker?

C: Mm. Ja precis precis, eller mail. Man måste ofta vara väldigt övertydlig om man ska förklara någonting, hur det funkar.

A: Mm.

C: ... så ja absolut.

A: Okej, vad finns det för attityder inom ditt företag till användande av videochat slash videokonferens?

C: Jag kan inte säga exakt vad det finns för attityder för att vi har inte fått vara med så pass mycket än så länge. Men jag tror att de kör mer telefonkonferenser och mer Vad ska man säga... alltså försöka satsa på riktiga möten face-to-face istället för videokonferenser. Det är mitt intryck än så länge. Jag vill poängtera att jag är ganska ny än så länge.

A: Okej.

C: Att jag har inte varit med så mycket än så länge.

B: Har du fått en intrycket av vad du har sett att folk använder, eller har du hört någonting?

C: Nej eftersom vi inte använder det öppet vad jag kan se. Utan då är det framför allt telefon, mail och sen så liksom att verkligen åka på ett riktigt möte istället liksom.

A: Mm.

C: Det verkar vara det som är mest föredragit.

A: Finns det något motstånd mot användandet av videochat och videokonferenser och vet du i så fall kanske varför?

C: Jag tror inte det finns något motstånd men jag kan inte förklara riktigt varför det skulle göra det... Men framförallt handlar det nog mer om att det som de kan ta över telefon eller mail... det det gör man liksom. Men ska det vara något mer avancerat, ska någonting mer förklaras eller diskuteras eller förhandlas då tror jag att de flesta tar ett riktigt möte istället.

A: Face-to-face?

C: Ja. Det ger liksom bättre kontakt, tror jag.

A: Mm.

C: Men det är mer mina egna spekulationer.

A: Mm.

C: Så jag tror inte det finns något motstånd utan det är nog mer att de föredrar att ta ett riktigt möte i fall det inte går att förklara på telefon.

A: Okej.

C: Men just varför de inte väljer videochat kan jag inte förklara riktigt.

A: Mm.

C: Det kan vara en brist på teknisk förmåga, hos motparter. Att kunderna som de diskuterar eller förhandlar med inte har den tekniska kompetensen eller möjligheten att köra videokonferens.

A: Använder ditt företag Skype eller någon liknande videochat i någon utsträckning i verksamheten?

C: [Tveksamt] Ja... jo, jag vet att det finns vissa som kör Skype men jag vet inte om de kör mycket videokonferenser men de kör i alla fall för att prata med varandra.

A: Internt?

C: Ja det som jag erfarit är väl framförallt internt mellan samarbetsföretag. Vi samarbetar med andra konsultföretag för att leverera lösningar till kunder. Så då vet jag att det används.

B: Men var det inte video då? Utan mer ljudbaserat?

C: Nej jag tror inte det är video. Det är framförallt ljud. Men jag kan faktiskt inte säga om de har video. Det är mycket möjligt.

A: Vet du ungefär hur många som använder detta?

C: Jag vet att det är minst två tre stycken. Men jag har själv aldrig haft så pass mycket kontakt med andra förutom de som jag sitter med på kontoret. Så jag har inte behövt använda Skype eller något liknande.

A: Okej.

C: Utan det har mest sköts över telefon och mail.

A: Har det konverserats i något formellt sammanhang i ditt företag att det är det programmet som man ska använda? Det programmet eller det kommunikationssättet ska användas i vissa fall eller?

C: Mm, ja det har vi ju till viss del. För intern kommunikation använder vi Microsoft Office Communicator. Man kan köra videosamtal där också men det används mest för interna kommunikationer vilket fungerar ungefär som MSN Messenger eller något liknande instant messaging program. Men det används ju för intern kommunikation och det är mest bara för att ge korta tips meddelanden, snacka om liksom lite allt möjligt och sånt. Och det är det interna. Det externa är i så fall mail och telefon av vad jag har fått erfara i alla fall.

B: Så det finns ingen formell policy eller något sånt?

C: Nej, absolut inget som är så att säga satt i sten. Men vi har liksom ett verktyg för den interna kommunikation och det är för användning inom vårt företag.

A: Har du märkt några effekter av användandet av videochat eller videokonferens inom företaget?

C: Nej, tyvärr kan jag inte säga något eftersom vi inte har använt det. Men jag kan tänka mig att det hade varit spännande och se att det kanske hade kunna minska vissa resor. Men det är fortfarande spekulationer för jag kan inte säga att jag använt det.

A: Så använder du någon annan funktion när du använder videochatt såhär än själva videochatten i programmet?

C: Nej då är väl i så fall röstkommunikation och liksom textfunktioner i så fall.

A: En chattfunktion?

C: Ja precis.

A: Finns det skillnad i hur ni använder videochat när det gäller intern kommunikation och extern kommunikation?

C: Mm, ja det är väl möjligt men det är svårt att säga eftersom det är begränsat då med videochat. Men jag kan tänka mig att den interna kommunikationen är nog mer snabba korta meddelanden. Men för den externa är det då mer att måste vara tydlig och förklara och då kanske man mer använder mail eller att man ringer istället om man inte bokat möte.

A: Mm. Vad föredrar du personligen, videochat, mail eller personliga möten? Kan du uttrycka varför?

C: Personliga möten skulle jag nog föredra om det gäller att försöka förstå någons önskemål, och krav om det gäller en kund. Och för att kunna bolla idéer. Och det kan man ju säga att jag i så fall skulle föredra vid initiella möten. I början. Sen efterhand kan jag tänka mig att då skulle man mer föredra ett enkelt telefonsamtal eller mail om det då gäller mindre saker. Men det beror ju givetvis på hur komplext det man vill ha kommunicerat och hur komplext det är. Beroende på hur enkelt man kan förmedla det till de personer man ska prata med. Så att det är väldigt beroende på situationen. Tänker man kommunikation en utvecklare till utvecklare, då kan man ju tänka sig chat eller mail fullt ut. Att det räcker fullt ut. Men ska du förklara någonting för någon som inte är lika insatt liksom då ... är det nog ett riktigt möte som jag skulle föredra.

A: Tror du att det skulle bidra med någonting om du använde videochatt istället för vanlig chatt när du snackar med en kollega till exempel om något arbetsrelaterat?

C: [Tveksamt] Ja... ja men vad det kan bidra med, det är väl om... om man av någon anledning skulle vilja förmedla mer känslor.

A: Mm.

C: Men i övrigt så tror jag inte att det för min del skulle bidra med så mycket mer än vad jag liksom redan kan uttrycka i telefon och mail. Men jag har lite för lite erfarenhet av det tyvärr för att kunna uttala mig.

A: Mm.

B: Jag funderar lite på det här med vad är det du tycker är viktigt i så fall med initiella möten och varför tycker du att det är bättre med personliga möten än telefon där?

C: Just därför att man får liksom en mer personlig kontakt med personen. Även om du ser den på en skärm tycker jag att det finns lite risk att det känns lite "distance" så att säga.

A: Mm.

C: Ja det är svårt samtidigt som det ju sätter ett ansikte på personen att man ser den man pratar med. Och har man då möjlighet att få ett personligt möte så kanske det ändå är det som man bör föredra då. Är också helt och hållet beroende på situationerna också, vad det är man vill få sagt.

A: Sant.

B: Du pratar om att du tror att video mer passar sig för när man ska bidra med känslor och så. Tror du då att det är ... att man ser det som skälet för att det är då mindre passande för yrkesutövande eller användande i arbetslivet och då kanske är någonting som passar mer för privata människor egentligen?

C: Mm, kanske.

A: Privat bruk.

C: Mm, ja precis. Nämen det är nog inte helt fel. Skulle man förklara ett komplext problem liksom då... Och man bara har ansikte mot ansikte över videochat att göra det på... Jag tror inte att det är så mycket mer givande än att ta det över telefon eller bara ljud eller text liksom. Däremot om man kan träffa personen kan man ju kanske använda sig av mer medel för att förklara... visa bilder eller något sånt. Det kan man i och för sig göra via videochat också.

A: Ja det skiljer sig kanske lite från olika system också vilka möjligheter som finns.

C: Precis, jo men det är sant.

A: I alla fall videokonferenssystem och videochat... videochat kan man tänka sig är mer för privat bruk. Mindre såhär... arbetsrelaterad funktionalitet.

C: Ja. Nej men jag måste nog säga att jag ser det mer för privat bruk än... om man tänker sig just det här med förmedla känslor. Jag måste dock erkänna att jag har för lite erfarenhet för att kunna säga något helt konkret där.

B: Mm, men vi vill ändå få fram attityder över huvudtaget. [Paus] Det finns ju många som sagt var som använder videokonferens när man är på olika världsdelar.

C: Mm.

B: Tror du i de fallen att video är mer givande än telefonkonferens?

C: Mm, jo men det är väl möjligt. Jag kan inte säga riktigt varför men det... det är möjligt att för vissa personer när man får ett ansikte på den man pratar med, att det ger mer trygghet. Men jag kan inte säga att jag personligen skulle föredra det. Framför att liksom bara ta det via telefon...

B: Tror du att det kan ha att göra också med... kanske vilken arbetsfunktion man har... Om man är mer inställd på faktiska saker så är det ju informationen som man får och det man säger som är det viktiga. Men om som du säger att trygghet och kanske tillit kan vara en faktor, kan det kanske vara annorlunda när det är förhandlingar eller någonting på en högre nivå... möten mellan chefer eller liknande. Kan det kanske vara vanligare då eller tror du det finns något i ett sådant resonemang?

C: Mm, ja det är väl inte omöjligt. Jag tror det handlar mycket om hur man är som person och vad man föredrar. Men sen kan det också vara skillnad på vad är det för typ av videosamtal och om man bara ser varandra ansikte eller om man liksom ser... ett helt rum med flera människor. Det kan nog göra rätt stor skillnad, tror jag.

A: Kan du tänka dig något sammanhang inom arbetet där det vore direkt dåligt eller motverkande att använda videochat eller videokonferens? Där det liksom motverkar syftet med kommunikationen.

C: Det kan det väl vara om man kanske har lite sociala fobier, om man drar sig lite för att ta upp telefonen och ringa... så man tycker det är enklare att skriva ett meddelande istället. Då kan det ju bli en stressfaktor. "Åhhh nu ska jag behöva se den här människan... eller prata med den..." Det kan ju också vara ett problem, även om det kan vara positivt, om man har ett företag som är spritt över hela världen, men då har man då också har de här olika tidszonerna att tänka på. Det kanske inte passar att ha ...

A: Kan det bli komplikationer där?

C: Ja precis om den ena måste sitta uppe mitt i natten bara för att de andra ska passa in.

A: Då är det kanske att föredra face-to-face?

C: Kanske. Men å andra sidan det.. Jag vet inte... Det är ju å andra sidan billigare än kanske att ta ett flyg liksom...

A: Ja det finns ju onekligen fördelar.

C: Ja verkligen.

A: Kostnadsmässigt...

C: Ja precis, precis.

A: Tidsmässigt.

C: Ja jo. precis. Det är sant, det kostar ju att resa både tidsmässigt och liksom pengar, ekonomiskt.

B: Har du förresten någon uppfattning om hur kvalitén på videon i olika videosystem påverkar hur mycket man vill använda videokonferenssystem eller så?

C: Ja det är möjligt. Klart man vill ha bra kvalitét på hur mycket man ser den man pratar med, om man nu vill använda det liksom. Så att... det ska man nog inte utesluta helt. Men framförallt är det väl ljudkvalitén som är viktiga, att man verkligen hör vad som sägs. Å andra sidan om det är lite bristfällig ljudkvalité men hyffsad video då... kanske man ändå kan tyda vad personen säger.

A: Att det kan kompensera?

C: Ja precis det kompenserar liksom.

A: Ja, jag känner nog...

B: Ja. Nä, jag känner nog att jag inte kommer på något mer egentligen.

A: Inte jag heller.

A: Tack så mycket för dina svar.

B3.2 Intervjuprotokoll Företag F2 (2011-10-27)

A = Mikael Sevandersson

B = Samuel Edelman

C = Respondent R2

A: Använder du videochat eller videokonferens i arbetet och i så fall varför? Om inte, varför inte?

C: Ja det gör vi. Det finns skulle jag säga ganska bra möjligheter på [Företag F2] för att använda det. Eh, vi använder det inte så mycket one-on-one, utan vi använder det mer som hela forum där du har rum, som heter... det heter Tele-Presence... alltså den här set-uppen. Jag vet inte om det är företaget eller om det är själva... beteckningen på just en videokonferens. Men (!) det är ganska coolt för att du har sex-sju platser på din sida och så har du ett bord framför dig. Och framför dig har du då monitorerna. Och det speglar ett bord och sex platser. Så det är precis som att sitta på var sin sida av ett bord. Bara givetvis att de andra rummen finns på de andra siterna som vi har på [Företag F2]. Det är Lund som är här och sen har vi i Beijin och sen har vi det i Tokyo. Som jag vet. Sen kan jag mycket väl tänka mig att vi har det på den andra utvecklings-siten som finns i Redwood, Kalifornien. Och antagligen... antagligen även i Atlanta som är ett stort säljkontor. Men de har jag som sagt inte haft konferenser med. Jag har haft konferenser med både Beijing och Tokyo. Jag har haft ungefär tio stycken faktiskt. Och det är jäkligt... det är väldigt coolt att använda det här medlet för att kommunicera för jag gjorde en litet överslag, jag har haft ungefär femhundra... möten face-to-face på mina sex år på [Företag F2] och ungefär femhundra telefonkonferenser och då tio stycken videokonferenser och tio stycken... tjänsteresor. Och om man säger så... om man jämför med en skala, och börjar på telefonkonferenser som är det enklaste sättet, alltså det mest basala sättet att kommunicera med folk som inte är där du är, och sen då, där du egentligen får så lite information, alltså dina sinnen, färre sinnen uppfattar någonting i ett telefonsamtal. Du har liksom bara hörsel. Och sen har du då ett personligt möte där du kan ha... dina ögon, så du kan se hur den andra reagerar, kroppsspråk och liknande, ja alla andra typer av sinnen. Du har betydligt fler sinnen som kan uppfatta ett personligt möte. Därför är ett personligt möte alltid bättre än en telefonkonferens. Och det märker

man rätt ofta att det är ganska lätt att tappa bort sig i en telefonkonferens... och framför allt du ser ju inte hur många som är på andra sidan som... de kanske sitter och ljuger ihop sig eller på något sätt har tråkigt eller inte engagerar sig eller kan sitta med sina laptops... Så du får ju instant feedback just i ett personligt möte. Och skulle vi då säga att de är de två formerna du har, alltså de, om man ska säga så, extremerna, telefonkonferens och vanligt möte, så skulle jag ju säga att videomötet ligger betydligt närmare det riktiga mötet. Så om man säger att man har en rak linje såhär så skulle jag säga att videon ligger på kanske... sjuttiofem procent. Om man börjar, noll procent, från telefon, och hundra procent är personligt möte, skulle jag säga att det ligger på ungefär sjuttiofem procent. Så det är alltså ett väldigt bra sätt att kommunicera på. För just det här, synen är väldigt mycket, alltså kroppsspråket. Jag har hört någonting om att det är bara ungefär sju procent av det man säger som egentligen är [verbal] kommunikation. Sjuttio-åttio procent är... kroppsspråk. Och att just kunna se, för du kan direkt fånga upp någon som du märker inte fattar, för han kan sitta där och bara... ”vad snackar han om?” Du kan direkt ”Men har du (!) en fråga?” eller något sånt. Det skulle du aldrig kunna göra i en telefonkonferens. Därav att videokonferensen är fruktansvärt bra. Erhm... Som sagt jag tycker vi har bra möjligheter... om man jämför med många andra företag. Sen ska man också tänka att vi har två och ett halvt tusen anställda i Lund och vi har tre rum bara i Lund som då tar upp kanske... ja sex till åtta personer. Givetvis är det en hård belastning på de här rummen. Så att det är svårt att få tillgång, man får nästan boka två veckor i förväg. Erhm... varför... det inte har slätt igenom mer... skulle jag vilja säga att det är... alltså en övergångsfas. Människor använder lite den teknik som de är vana vid. Det tar ett tag. Även om vi är ett kommunikationsföretag så tar det ändå tid att fasa in alla människor i detta nya sätt att kommunicera på. [Företag F2] har ju ett väldigt starkt mötesfokus, det vill säga så fort vi har ett problem då ska vi samla alla på ett möte. Det är liksom lite såhär Polsk Riksdag så att ibland känner man att vi inte är så effektiva i vårt beslutstagande. Men alla ska få vara med att tycka! Det är lite Svenska modellen. Erhm... därför har vi ju innan det här egentligen började fasa in, videokonferens, varit ett företag som reser väldigt mycket... och det lever kvar, det är väldigt många som tycker att det... dels är det lite av det personliga... Alltså det här ”ja, jag tycker om att resa så därför ser jag till att resa till mitt möte.” Och då blir det ju nästan en personalförmån. Därför skulle de liksom... motarbetar videokonferenser skulle jag säga. Men (!) alla de som jag har träffat som har använt videokonferenser säger att ”Oj, det här var jätligt bra!” och [Företag F2] har även gått ut med en policy som säger att ”Vi måste hålla i våra slantar. Använd de här kommunikationsmedlen istället.” Och som sagt var att... vi har tre rum i Lund, det senaste rummet kom nu bara under senaste året. Så vi har ökat på vår kapacitet för den här typen av mötesstruktur. Erhm... väldigt lång... utläggning. Jag vet inte om det några följdfrågor på det?

A: [Skratt] Ja, det är lite följdfrågor. Jag tänkte faktiskt på nu när du sade att... ni använder ju då tre rum säger du då?

C: Mm.

A: Har alla tillgång till dem? Det är ju så att ni måste boka de men det är ändå fritt för alla?

C: Alla har tillgång till det. Men (!) det är också faktiskt en threshold som det att alla känner inte riktigt till vilken hemsida på internet är det man ska gå till. Vilket har varit ganska dåligt kommunicerat. Det tror jag också är en threshold, varför det inte blir mer spritt och använt. Och jag kan faktiskt också erkänna att den hemsidan är inte jätteenkel att fixa och ha att göra med. Så att, ja.

A: Okej.

C: Så att alla har tillgång till det men det är som sagt en viss threshold att kunna använda verktyget för att boka.

A: Mm. Är de här rummen det enda sättet som ni använder då för videokonferenser? Eller använder ni något annat?

C: Jag vet att det finns möjlighet att ha Skype och liknande på sina datorer. För varje [Företag F2] anställd har ju en laptop, som man i stort sett har med sig 24/7.

Jag vet faktiskt inte någon som sitter och använder Skype i jobbet one-on-one faktiskt. För att det är som sagt så, vi är i en möteskultur och det är mycket personliga möten som gäller eller telefonkonferenser, det är sån oerhörd tradition. Så att... dels kan jag väl säga så att ja det finns säkert folk som gör det men jag vet inte vilka. Som använder laptop för att kommunicera one-on-one typ Skype.

A: Det kommer inte att installerat på laptoparna eller så?

C: Inte automatiskt, du kan söka det. Det är lite samma sak där som thresholden vad det gäller den där hemsidan för att boka videokonferenser, jobbkonferenser. Det är också så här du ska in i en struktur och leta upp och kryssa i att du vill ha det installerat på din dator så kommer IT-support centralt att skicka ut installationsfilerna till dig. Det är ändå liksom en viss svårighet o komma igång. Jag vet ioförsig att Learning Development, de som egentligen sysslar med kompetensutveckling inom [Företag F2], de förespråkar ofta att man ska ha videokonferenser, alltså one-on-one möten. Vi kör allt mer som färdiginspelade onlinesessioner men där du även kanske har video och också möjlighet att prata med läraren. Jag har inte varit med om det själv men jag vet att det finns och att det är också så att vi är på en väldigt låg nivå men det börjar ta sig. Jag skulle säga att just det gruppchattarna har börjat ta sig mest. Det märker man också som sagt att det är svårt att få tillgång på rum. Och som sagt sen har jag ingen aning om hur det är med Skype.

A: Men när du sade det här med också att när man pratar med lärare, är det via video då?

C: Det är via video ja precis. Jag tror det heter Netflix eller Netfix. Ja, jag vet det är ju precis som den videoleverantören. [Skratt] Det är någon bokstav som skiljer men det är ungefär samma. Jag skulle säga att om jag då går tillbaka till telefonmötet som ett ganska dåligt sätt att kommunicera på men ändå billigt, budgetvarianten. Vad vi också gör är att [Företag F2] är väldigt såhär PowerPoint företag, väldigt... Det är mycket vi gör så är det powerpoints. Och det skickar vi då ut och sen så har vi då de här telefonkonferenserna. Vad vi har börjat göra rätt mycket mer är att vi har ju liksom internkommunikator typ MSN som är Microsoft Communicator 2005. Där du har möjlighet att dela din egen skärm. Så det är ju ett medium mittemellan kan man ju säga, videokonferens och telefonsamtal. Där du även kan styra flowet i din presentation och använda din pekare för o förtydliga var på skärmen du är. Så jag skulle säga att det är ett ganska vanligt sätt att kommunicera på. Det är inte riktigt så att säga videokonferens men det är en annars...

A: Är det vanligt att man använder just den funktionen att dela sin skärm också eller?

C: Mm. Det är också som sagt vad... Det har ökat. Och en än gång, ju enklare tekniken är att ta till sig desto lägre är den här "tröskeln" att göra det. För att trots att vi är väldigt ingenjörstäta så har vi ju andra funktioner som HR, alltså PA, motsvarande eller... administratör och säljfolk och liknande. Det som är bra med de här videokonferenserna det är att kommer du bara över tröskeln att boka så är rummet, det är färdigt för dig. Du bara går in och sen så sätts kamerorna på direkt när mötet börjar. På så sätt är det ganska enkelt att ha att göra med. Och det är samma sak där också att du kopplar in din laptop och så visas den här presentationen på de skärmarna som finns där så det är ungefär som att du står o visar på en tavla i ett rum fast det är ett rum i Bejing till exempel. Det är rätt coolt faktiskt. Speciellt också när du ser att de andra tittar åt samma håll där du pekar, nej det är faktiskt en jäkligt cool känsla.

A: Okej, jag funderade också på då att.. är det här, de som du pratar med i Bejing är det andra på [Företag F2]? Så de har liknande rum med andra ord?

C: Mm precis. De ska alltså vara exakt samma. Det är just för att lura sinnena att du ska känna så mycket som möjligt att det är autentiskt att du är i rummet.

A: Okej. Använder ni de rummen också för videokonferenser med andra företag?

C: Det skulle vi kunna göra men jag känner inte till att det görs. För jag menar tekniken i sig är ju generisk, det är ju som det här ”Telepresence”. Det kan vara värt att googla det lite för att se om det är ett vedertaget begrepp.

A: Jo men det är det. Det är som sagt om man är där, man är där på avstånd liksom. Vi ska se här... Vilka program använder du och varför? Det är ju som sagt att ni har det du sagt o sånt där... Hette det något? Var det Netflix?

C: Det är ju de här mer basala grejerna. Annars är det ju Telepresence, som den kallas. Den heter verkligen det.

A: Okej, för det är ju ett begrepp, jag visste inte att det var ett programnamn eller så också. Hur många gånger använder du videochat eller videokonferens på en vecka?

C: Jag skulle säga att... Gör jag det här tre gånger per och år och slår ut det... vad blir det noll komma någonting.

A: [paus] ... Och som sagt var, företag kan ju ha då policys om hur det ska användas och som du sade då... du sade att det hade förmedlats att ni ska använda det istället för o resa och så.

C: Ja.

A: Mm. Och det är formellt kommunicerat också?

C: Det är kommunicerat. Mail från officiella HR avdelningen som säger att ”gör såhär”.

A: Har ni märkt av några effekter av användandet? Vad tror ni isåfall det beror på?

C: Ja som sagt att jag har märkt att det talas väl om det och det används mer och mer och mätetalet på det är att se att det blir längre och längre [vänte]tid till de här rummen. Så det är som ett trappsteg. Alltså [Företag F2] kommer behöva investera i fler rum, för nu börjar det bli så lång väntan.

A: Har ni gjort några kanske rentav ekonomiska översikter på detta om ni har sparat på resetider eller något sånt?

C: Ja... Ingenting som har kommunicerats. Men det är ju en uppenbar vinst. Varje resa [Företag F2] gör har du i stort sett budgeterat 30 000. Nu vet jag inte riktigt vad själva investeringen i det här kostar men det har definitivt utjämnats på under ett år. Sen vet jag inte riktigt vad själva bandbredden och det kostar. Så att jag menar det är en extrem utväxling i själva businesscasen på det, absolut. Och sen tänker du på att ofta de här konferensrummen är för åtta pers. Tänk om du hade skeppat åtta pers till Kina istället. Så att jag menar att det betalar av sig. Sen är det klart att det finns visst underhåll, viss IT-support som behöver sitta och se till att det rummet är kopplat till det rummet då och då och som är på stand by om någonting skulle gå ner. Så visst, det finns ju lite såhär underhållskostnader och så. Otroligt bra ut en ekonomisk synvinkel.

A: Nästa fråga har du redan besvarat. [Ehm] Har du märkt av några attityder bland kolleger eller något sånt? Inför videokonferenser och så.

C: Jag skulle säga att innan... Om man har haft kolleger som inte varit med om det så har det varit med en viss skepticism. Speciellt folk som varit inklinerade till att resa väldigt mycket. Men alla de som har varit med märker man lite en sån här barnslig förtjusning, typ ”oj! Var det verkligen så bra?” Så att det är sjukt bra, det laggar inte, det kan va någon sekund någon gång men det är inte så att det pixlar sig eller någonting. Utan det är fruktansvärt... alltså HD-kvalité. Om man tänker, här går en signal över halva jorden. Det är jättebra. Och den fördröjningen har du ju ändå vid telefonkonferenser så att det är ett sjukt bra verktyg, jag gillar det jättemycket.

A: Finns det något annat sorts motstånd eller finns det några som har provat och kanske inte tyckte om det om du känner till det?

C: Nej jag känner faktiskt inte till någon. Och jag menar då har man ändå kanske pratat med en uppskattningsvis 50-60 personer som har använt det. Och där liksom alla, ja kanske inte alla uttalat men jag inte mött motstånd i den gruppen. Det vill säga, har de tyckt illa om det har de inte kommunicerat det.

A: Det finns olika typer av möten exempelvis för beslut, utvärdering, planering eller uppdatering. Vad för karaktär är det på och vilket syfte finns det med mötena som hålls via videokonferens?

C: Hmm, jag skulle säga att det är all of the above... faktiskt. Jag tror att det är vanligare att cheferna använder det här verktyget så jag skulle säga att beslut är en av de viktigaste. Självt har jag använt det väldigt mycket i utbildningssyfte, faktiskt. Just för att det är viktigt för mig som lärare att vara nära eleven och på så sätt kunna... det är viktigt för mig att kunna se om de hänger med eller om de inte fattar vad jag säger. Så jag skulle säga... Ja beslut, nummer två utbildning.

A: Jag funderar på också att.. Vad tror du att det beror på att just beslutsfattande är mer vanligt det där med video?

C: Jag tror att det har att göra med att cheferna är de som betalar slantarna så de har sett vad investeringen har kostat. Och de har också kanske varit... Beslutsfattare är oftare snabbare och komma igång med saker och ting. Min uppfattning är i alla fall inom [Företag F2] att de är lite ledare, inte bara leader of men utan även ledare vad det gäller teknologi. Så att de tar det till sig snabbare. Det är min uppfattning. Jag kan tillägga också att det är nog vanligare att sådana avdelningar som R & D, utvecklingsavdelningen som använder det faktiskt. Så att just... Är du en teknikbuff så har du större tendens att ta det till dig.

A: Vad föredrar du; videochat, mail eller personliga möten? Kan du uttrycka varför?

C: [Paus] Alltså jag föredrar absolut personliga möten men som den här skalan som jag började på där så är det inte så stor skillnad mellan en videochat och personligt möte, så att antingen eller funkar för mig absolut. Jag är inte jättesugen på telefonkonferens men som jag sade jag har haft 500 under de här åren så att det är ett vanligt verktyg. Men absolut, personliga möten nummer ett, nummer två är tele/videochattar och nummer tre är telefonkonferens.

B: Jag vet inte om du sade det innan men hur länge har du hållit på med videochat och videokonferens?

C: Som sagt va, det har jag egentligen bara... Det har funnits längre än det har varit så att säga hippt och som jag har använt det. Jag skulle säga att [Företag F2] har nog haft möjlighet att göra det här 3-4 år, själv har jag bara använt det senaste ett och ett halvt året.

B: Ganska nytt alltså?

C: Ja ganska nytt, absolut.

A: Har du tidigare erfarenhet av videochat eller videokonferenser? Använder du det privat?

C: Ja det skulle väl vara igenom MSN. Så att lite har jag.

A: Fanns det någon annan typ av videokonferenser innan de här rummen kom, eller så?

C: Jag vet faktiskt inte. Jag misstänker att det har funnits teknik men att det har varit väldigt väldigt begränsat.

A: Hur länge har du jobbat nu igen där?

C: Sex år. Men jag skulle säga att då har det bara varit alltså verkligen R & D enheten som har testat det för de har varit teknikintresserade. Det har inte använts i om man säger så kommersiellt syfte som det gör idag. Där det verkligen har ersatt resandet.

[Paus]

A: Tidigare i intervjuer har vi fått fram att videokonferenser är mer av privat karaktär och då kanske man rentav använder ordet videochat istället. För att det är mer, man säger mer känslor eller någonting sådär. Han som vi intervjuade menar att det räcker med telefon eller mail annars.

B: Man kan alltså differentiera mellan videochat och videokonferenser liksom. Videokonferenser kanske mer är så här dedikerade system och videochat kanske är mer Skype.

C: Ja absolut, absolut. Den distinktionen skulle jag också göra. Så att jag tror att videokonferens är ju mer ett kommersiellt redskap och videochat är mer privat, absolut. Och där har vi ju redan det där... så om man pratar om känslor... alltså är det privat har du kanske mer känslouttryck än om du skulle ha på kontoret. Det är ganska naturligt. Men den här personen tyckte att mail och telefonsamtal räckte för att utträtta..?

A: Och personligt också.

C: Personliga möten, ja precis. Ja, alltså du har du hela skalan där personliga möte är det absolut bästa men är det så att dem du ska möta är på andra sidan Jorden... alltså ska vi bara prata tillexempel... ja vi pratar pengar, men vi kan även prata miljö. Hur många... hur stort är inte utsläppet efter ett flyg? Så att det finns ju ändå en sustainability issue i det hela också, som man tycker man bör kanske lyfta fram mer för att hypa det ännu mer.

A: Är det något också som [Företag F2] också har med som..?

C: Ja, det är det faktiskt. För [Företag F2] vill ju ändå profilera sig som sustainability-vänligt. Så att absolut.

[Uppehåll]

A: Mmm... Nä, det är...

B: Jag tror det täcker det mesta. Tack så mycket för dina svar.

B3.3 Intervjuprotokoll Företag F3 (2011-11-07)

A = Samuel Edelman

B = Mikael Sevandersson

C = Respondent R3

A: Använder du videochat eller videokonferens i arbetet och I så fall varför? Om inte, varför inte?

C: Svar ja. Jag använder videochat. Använder det i möte. Det är ofta korta möten, avställningsmöten. Jag hade en idag nämligen. 10-20 minuters möte där det inte finns något behov av att egentligen ses för att diskutera och rita saker. Rena avställningsmöten så funkar det rätt bra.

A: Vilket program använder du och varför?

C: Skype, man har haft det länge, det är gratis förutom om man vill ha gruppvideochat.

A: Hur många gånger använder du videochat eller videokonferens på en vecka?

C: Per vecka?

A: Ja, om det är så pass mycket det vill säga.

C: Det är inte varje dag... fyra gånger.

A: Företag kan ha mer eller mindre uttalade policier för många saker. Har det kommunicerats i något formellt eller informellt sammanhang att videochat eller videokonferens är det kommunikationssätt som ska användas i vissa situationer?

C: Ja, det finns, i vårt företag har vi definierat upp vilka typer av möte vi håller. Alltså vilka typer av möte. Och där står det också hur ofta vi träffas, när vi träffas och med vilka medel vi träffas.

A: Har ni märkt av några effekter av användandet och i så fall vad tror ni det beror på?

C: Effekter utav användandet är att vi kör ledningsgruppsmöten över Skype också och där loggar vi även, vi skriver även ner hur lång tid det har tagit att ha konferens alltså mötet. Vi skriver även ner hur mycket tid vi har sparat i transporttid. Så att, det är väl de effekterna vi har sett just i ledningsgruppsmötena. Sedan, några andra effekter på företaget det är väl inte mer än att man använder det väl kanske mer och mer. Ju mer man använder desto mera använder man det så att säga. Det är positivt.

B: Jag tänkte också på att förra gången, när vi pratades vid och du sade att ni höll på med att göra några program eller någonting som kunde mäta utifrån ip-adresser, mäta avstånd och se hur mycket koldioxidutsläpp som sparas. Är det fortfarande, hur går det med det?

C: Nej alltså det är en idé vi har, det är ingenting vi har utvecklat. Men det hade inte varit så svårt att bygga någon sådan pluggin till Skype eller sådär, det hade vi lätt kunnat göra.

A: Videokonferensprogram kan komma med andra funktioner än videokommunikation. Det här är exempelvis förekommande i program som ska stödja grupparbete.

B: Och även i Skype och sånt också ju.

A: Använder ni någon annan funktion i programmet, Skype då, än själva videochatten?

C: Nej, det gör vi faktiskt inte. Jag vet att det här med delat skrivbord och sådana grejor, det har vi inte gjort, vi har inte alls behov av det. Men jag gillar funktionen.

B: Kan jag få fråga då, är det på grund av ni inte behöver för att ni ändå är så pass samlade inom företaget? Jag vet inte påverkar det någonting att ni ändå kanske har ett kontor som ni sitter på.

C: Nej, jag tror att det är så här att de här shared desktop lösningarna så att säga, det... Vi dokumenterar våra saker i Google Docs och det är ju online, där kan vi skriva alla tre i ledningsgruppen. Om vi behöver så vi delar ju, vi gör arbete över webben så att säga men vi använder inte videokonferensen... videokonferensens funktioner men vi gör ju arbetet så att säga fast i andra applikationer.

A: Det kan skilja sig från person till person vad man tycker om videokonferenser. Vad för attityder finns det inom ert företag till användandet av videochat / videokonferenser?

C: Vad strategin är...

A: Attityder.

C: Attityder! Attityd är ju att alla är nyfikna på att testa ny teknik. Och ny teknik finns ju till för att antingen effektivisera eller förtydliga och underlätta. Och eftersom man har ett antal timmar per dygn så är vi ju alltid intresserade av att testa ny teknik och nya grejor vad. Så det är väl mer så vi tänker liksom. Det är därför vi loggar antalet timmar som vi sparar på att inte resa liksom. På att träffas, utan köra videokonferens istället.

A: Finns det något motstånd mot det här användandet? Vet du i så fall varför? Har det några effekter?

C: Nej det finns inget motstånd. Jag har inte sett några effekter alltså vi tar [Kan ej tyda]. Det finns inget motsägelsefullt alls.

B: Det är väl också det, [Företag F3] är ju väl inte heller så stort företag?

C: Ja, nej vi är ju nitton man. Men samtidigt så får man ju tänka så att vi är ju också ett teknikdrivet företag. Vi är liksom inget tryckeri eller något sådant här va, där kanske finns större motsättningar så att säga. Men det finns ett intresse för de här teknikerna.

A: Det finns olika typer av möten exempelvis för beslut, utvärdering, planering eller uppdatering. Vad för karaktär är det på och vilket syfte finns det med mötena som hålls via videokonferens eller videochat?

C: Det är uppföljningar, det är uppdateringar framförallt i projekt. När det kommer till företagsspecifika möten om hur man driver företaget och sådant och när vi ska workshoppa och sådant så träffas vi ju fysiskt. Men det är alltså uppföljningar helt enkelt. Ja, uppföljningar.

A: Vad föredrar du videochat, telefonkonferens, mail eller personliga möten? Kan du uttrycka varför?

C: Jag föredrar de vid olika tillfälle. Alltså det finns olika. Ett snabbt samtal är bra för att stämma av en frågeställning liksom. Har man flera frågeställningar, man ska se upp någonting så tar man väl en videochat eller ett Skype samtal. Personliga möten tar man om man ska, försäljning, det handlar om att läsa av känslor och dylikt alltså hos människor. Alltså om det finns irritationsmoment Så tar man alltid det personliga mötet. Jag tror att kroppspråk och sånt vägs in i kommunikationen för vi kommunicerar trots allt vad är det 80 eller 90 procent med kroppen. Vid de lägena så är det viktigt vad. Annars mail, 80 procent av all mailkommunikation misstolkas så det är liksom egentligen ingen bra kommunikation men det är ju bra o bara, för avstämningar liksom.

A: Har du tidigare erfarenhet av videochat eller videokonferenser, använder du det privat?

C: Nej privat gör jag faktiskt inte, det gör jag inte.

B: Har du använt det på tidigare arbetsplatser eller liknande?

C: Ja videokonferens det har jag haft. Nordamerika, då var det sådan här hel videokonferens anläggning och det var ju rätt mekigt att få igång och sådär.

B3.4 Intervjuprotokoll Företag F4 (2011-11-07)

A = Mikael Sevandersson

B = Samuel Edelman

C = Respondent R4

A: Använder du videochatt eller videokonferens i arbetet och i så fall varför? Om inte, varför inte?

C: Ja, på första frågan om vi använder ja. Vad var andra frågan? [Skratt]

A: Det var ”om inte”. Men varför använder du videokonferens?

C: Ja, eftersom att mina kollegor befinner sig på andra orter.

A: Vilket program använder du isåfall?

C: Microsoft Office Communicator. Microsoft Office Live Meeting heter själva...

A: Videofunktionen kanske?

C: Ja just det.

A: Hur många gånger använder du videochatt eller videokonferens på en vecka?

C: [Tveksamt] Ja, en halv kanske... Vad menar du med videochatt?

A: Det är egentligen en fråga om definition. Det är egentligen videokonferens också.

C: Ja vi har väl vår grupp, vi som är teknikstöd. Har väl möte en gång varannan vecka tror jag, så då brukar vi ha det.

A: Det kan ju vara olika uttalat det är policy eller inte så att vi undrar då ju då om det har kommunicerat på något formellt eller informellt sätt att videokonferenser ska användas i vissa situationer?

C: Ja, det har vi ju. Nu vet jag inte exakt hur den lyder men vi får ju inte alltså resa lika mycket som vi gjorde tidigare utan ska det ske via videokonferenser i mycket större utsträckning nu än tidigare. Och fler och fler börjar använda det också. Sen är det nog många som... på flera arbetsplatser har vi ju en liten videokamera och headset och då Live Meeting installerat men många gånger är det bara headset som används och inte kamera.

A: Mer telefonkonferens?

C: Nej alltså det är ju inte telefonkonferens, utan det går ju via vårt nät istället. Det blir ju typ Skype istället.

A: Med ljudet helt enkelt.

C: Att det går via datorn och inte telefonen.

A: Sant, bra särskiljning där. Är det i speciella rum?

C: Vi har ju både och vi har ju då round table som det heter, så vi har ju en round table anordning som tar en panorama-vy över rummet så man kan sitta runt ett bord och då följer bilden den som talar. Så där har vi ju en sådan i ett av våra konferensrum. Där brukar vi då sätta upp den round tablen. Men så har vi då på en fem-sex andra platser så har vi då själva Live Meeting-programmet installerat där man då har sitt headset och kamera. Jag har ju på min plats då, där har jag kamera, så jag går sällan till den stora utrustningen så att säga, men om man är fler som ska delta i mötet så är det ju bättre att ta via round table.

A: Mmm och sen att det finns möjlighet i flera rum är ju också bra ifall det av någon anledning skulle vara väldigt många som behövde ha videomöten samtidigt.

C: Javisst, så det har vi ju installerade i flera rum. Det är flyttbart så det är bara att koppla in sladdarna. Vi har valt då att inte ha den permanent uppsatt. De andra orterna har den permanent uppsatt. Nackdelen då är ju att det alltid står något på bordet och det är lite sladdar som är framme.

A: Ok. Är det standard på de andra kontoren, vet du det?

C: Jag kan ju bara tala om telefonbanken och där har vi ju, eftersom telebanken är på fem orter så vi har så mycket gemensamt och möten så används den ju ganska ofta.

A: Har du märkt av några effekter av användandet av video då och i så fall varför, vad tror ni det beror på?

C: Vad tänker du på för effekter?

A: Det kan sättet man kommunicerar på eller om det sparas information om hur mycket som sparas i pengar eller något sånt.

C: Ja vi har ju gjort... om det var förra året så, ville vi ha reda på hur mycket... att om det var en videokonferens så skulle det vara på ett visst antal timmar så det skulle kunna jämföras med ett möte som man åkte till. Och så räknade man då ut hur mkt pengar som man sparade. Den effekten.

A: Ja men det är ju bra att man håller koll på det.

A: Videokonferensprogram kan komma med andra funktioner än videokommunikation. Detta är exempelvis förekommande i program som ska stöda grupparbete. Använder ni någon annan funktion i programmet än videochatten?

C: Ja vi använder ju det här, gemensamt skrivbord så att den som har kallat till konferensen kan visa då som ett vanligt skrivbord på sin skärm som alla kan se. För att... det används ju mycket. Alla ser samma sak då så att säga.

A: Ja, då ska vi se här. Det kan skilja sig mycket vad man tycker om videokonferenser. Vad finns det för attityder på [Företag F4] till användandet av videokonferenser och så?

C: Ja det jag märker är att många vill inte ha kameran. För att man inte vill synas så att säga. [skratt] Eller så är det då möjlighet att göra andra saker under tiden. Om det är längre möten och man inte har kamera så kan man kanske sitta och läsa mejl eller göra något annat. Stäng av ljudet på micken då så märks det inte av att man knappat på tangentborden. Medan andra tycker att det är väldigt bra, ”det får man bjuda på”, kameran, för det finns ju... blir ju en helt annan närvarokänsla när kameran är med. Och då är det den som pratar i bild så att säga. Så jag tycker att kamera ska användas i större utsträckning än det görs. Men sådant är lite individuellt.

A: Då ska vi se här... det finns olika typer av möten, exempel på detta kan vara för beslut, utvärdering, planering eller uppdatering. Vad för karaktär är det på och vilket syfte finns det med mötena som hålls via videokonferens?

C: Ja... vi har väl... du sa beslut, utbildning, vad sa du med?

A: Utvärdering, planering, uppdatering.

C: Ja, vi har väl alla de typerna. Och även utbildning.

A: Finns det någon skillnad att ha såna här möten via... att inte använda kameran och bara använda ljudfunktionen. Finns det ngn skillnad?

C: Det är ju en annan närvarokänsla när bilden är med, helt klart.

A: Tror du det är vanligare i vissa typer av möten, kanske ledningsmöten eller något liknande att man vill ha videoaspekten med eller?

C: Snarare tvärtom vill jag säga. Det är inte alltid som ledningsgruppen har bild medan vi de andra lite lägre ner i organisationen ofta har bild så att säga. Så... nu har jag inte så mycket koll på hur mycket de andra använder videokonferenser, i vilket utsträckning, det vet jag inte, det är bara en reflektion jag har gjort ”Ska jag inte sätta på kameran?” ”Nej det behövs inte.”

A: Har du någon aning om varför det kan vara så?

C: Nej jag tror att man vill vara lite mer anonym, men det beror ju på vilken roll man har. Men är det så att inte ordföranden eller högsta ledningen har en bild då kanske inte det fackliga ombudet vill vara med på bild så att säga. Så är det långa möten så kan man ju vara lite mer anonym och göra andra saker när inte bilden är med. Även om man inte är i bild när man inte pratar så att säga så... ja. Man är lite längre bak i rummet så att säga och syns inte lika mycket.

A: Hur fungerar den här kameran som snurrar runt, fungerar den bra, den har inte problem att urskilja vem som pratar och att den ska gå från en till en annan person?

C: Nej det fungerar bra.

A: Vad händer om två personer pratar samtidigt? Man ska ju inte göra det men ändå. [skratt]

C: Det vet jag inte. [skratt] Den tar väl bara en då, så att det kan väl vara en viss eftersläpning då...

A: Ja, då ska vi se här. Vad föredrar du, videochat, telefonkonferens, mail eller personliga möten? Kan du uttrycka varför?

C: [paus] Ja det är inget som slår det personliga mötet. Där man ser, ja man kommunicerar ju mer än med tal, det är ju med kroppsspråket och ja... kroppsspråket och ja vad ska man säga... det blir ju en annan... det man inte kan ta på, en närvaro ändå som är i rummet som även om video ge en skaplig närvarokänsla kan det ju inte ta fram stämningen i rummet som det kan bli.

A: Mmm, jag funderar på det som fanns i de andra rummen med kameror det som inte var det som snurrade runt, hur är de kamerorna placerade? Ser man hela personen eller ser man mer ansiktet eller hur är det med dem?

C: Alltså det är ju en sån webbkamera som sitter på datorskärmen.

A: Okej, då får man ju kanske fram ansiktet mest. Jag antar att det som sitter i mitten av bordet får ju bara får axlar och uppåt. Jag tänkte nämligen på kroppskommunikationen och hur mycket man ser av personen. Men som sagt självklart personligt ser man hela personen.

A: Sista frågan: Har du tidigare erfarenhet av videochat eller videokonferenser? Använder du det privat?

C: Ja, Skype använder jag ju privat.

A: Okej, är det vanligt också att du använder det också?

C: Eftersom dottern är i Tyskland och jobbar så blir det ju ganska vanligt.

A: Ja, det kan jag tänka mig.

C: Så det blir det ju ja ett par gånger i veckan.

A: Jag kom på en fråga också, tror du att det finns något samband mellan hur teknikintresserad man är och hur villig man är att använda videokonferenssystem? Teknik är lite ditt område och vi har fått lite såna svar innan.

C: Ja... det kan det kanske vara, jag har aldrig tänkt på det. Men det kan ju vara så att de som är mer teknikintresserade och kanske har webbkamera hemma känner sig mer bekväma och tycker teknikgrejen är rolig i sig och därför ska man ha det. Medan andra tycker att... ja det finns ju en del som inte vill synas i bild, kan prata, men tycker inte det är så viktigt att man ses, man kanske inte är så fin i håret just den dagen. Ja, av någon anledning [vill man inte synas]. Så det kan ju vara så att de som är lite mer teknikintresserade tycker att ja, detta är ju en rolig grej, tekniken har gått framåt, det här ska vi utnyttja.

A: Det är lite intressant att se så...

C: Ja, jag har inte tänkt i de banorna innan. Men eftersom vi då i vår grupp är mer teknikintresserade kanske så då så tänker man att klart att vi ska utnyttja den tekniken vi har.

B: Jag tänkte på den förra frågan. Finns det någon speciell sorts kommunikation där du föredrar att använda videochatt framför andra kommunikationsformer kanske?

C: [Paus] jag tycker det... Ja, överlag är det trevligare med videochatt där man ser varandra. Helt klart. Det är väl bara det att ibland är det smidigare och ja, går ju fortare att kommunicera på andra sätt. Och det är väl mer en vana också. Ibland är personen ute och springer och vi använder mycket snabbchatt också, när man skriver. Och det gör ju då att man kan göra andra saker samtidigt. Med videokamera tycker man att man måste titta in i den för att ha kontakt med den man pratar med. Nackdelen är väl ifall man då ska göra annat samtidigt, då är det lättare att chatta, svara på mejl och tala i telefon samtidigt för har man en kamera måste man titta in i den.

A: Ja, vi är egentligen klara nu så tack så mycket för att du ställde upp.

C: Det var så lite så.

B3.5 Intervjuprotokoll Företag F5 (2011-11-07)

A = Mikael Sevandersson

B = Samuel Edelman

C = Respondent R5

A: Då börjar vi då. Du är ju som sagt var pensionerad nu men om du kan prata om din tidigare erfarenhet och så. Använder du videochat eller videokonferens i arbetet och isåfall varför eller varför inte? I dåtid då.

C: Mm. Jag har skrivit ner några punkter på det.

A: Ok.

C: För det var ju ett huvudkontor och sen var vi ju två filialer... Och vi hade ju en fast... videoskrmar uppmonterade i konferensrummet och där var högtalare och kameror och alltihop. Där hade vi alla de här videomöten. Och det var ju stora skärmar. Och... jag deltog i de här videomöten när det handlade om lagret och lagrets funktion och reservdelar. Och det var ju under år 2007 då när jag var ansvarig för lagret i Halmstad. Och sen så... jag kollade på frågorna som skickade till mig... om vi säger det här "vilket program det var"... det har jag ingen, jag har glömt helt enkelt.

A: Hur ofta var det du använde det?

C: I regel en gång i veckan. Det kunde vara nån gång oftare och nån gång hoppas det över men det var en gång i veckan. I genomsnitt.

A: Ok. Nästa fråga. Företag kan ha mer eller mindre uttalade policies för många saker. Har det kommunicerats i något formellt eller informellt sammanhang att videochat eller videokonferens är det kommunikationssätt som ska användas i vissa situationer?

C: Ja, företaget hade som policy att huvudkontoret och filialerna skulle använda videokonferenser, skulle användas i så stor utsträckning som möjligt för att lösa problem emellan de olika filialerna och huvudkontoret.

A: Var det mest emellan eller var även med andra företag också?

C: Nej det var bara internt.

A: Ok, var det alltså liknande uppsättning på de olika kontoren?

C: Ja det var det.

A: Med samma teknologi och sånt? Vet du det?

C: Ja, vi hade ju en fast datalina som vi var uppkopplade på. En intern datalina som... fastän vi var på olika orter var det en intern lina.

A: Märkte du av några effekter av användandet och isåfall varför. Vad tror du det beror på?

C: Det gick ju att lösa vissa frågor mellan huvudkontoret och filialerna genom att man kunde diskutera olika lösningar och man fick ju annan insyn i problem som de hade kanske på en annan filial än det man hade själv och då kunde man komma på en lösning på problemet, så det fungerade faktiskt rätt bra.

A: Fanns det några saker som ni inte kunde ta över videokonferens?

C: Ja, det fanns väl vissa saker som var svåra genom att det var ju... vi hade inte datorerna inkopplade att vi kunde visa till exempel en bild via datorn eller ett dokument. För då kunde vi inte skicka via den här länken.

A: Ok, fanns det tillämpligt också i rummet eller gick det inte alls att skicka så?

C: Vi hade en dator inkopplad i rummet också att var det ett dokument så kunde man skicka det via email som vanligt.

A: Ok, jag tänkte också på att... För du har nämnt också att ett skäl till att varför det kan vara svårt att vissa grejer via video kan vara att man behöver göra vissa saker fysiskt [ihop] också...

C: Ja, jo det var ju så att var det fysiska saker som man behövde titta på så gick det inte att lösa på det viset.

A: Och då blev det personliga möten då alltså och resor istället?

C: Ja.

A: Hade det här videoprogrammet som ni använde några andra funktioner eller gick det som sagt inte att göra något annat, utan man var tvungen att använda datorn?

C: Nej, det gick inte att göra något annat.

A: Det var bara video?

C: Ja.

A: Det kan skilja sig från person till person vad man tycker om videokonferenser. Vad för attityder finns det inom ert företag till användandet av videochat/videokonferenser?

C: [Tvekan] Det fanns väl lite olika saker. Vilket sätt som man skulle lösa det på... Det fanns ju personer som inte tyckte om att lösa saker via videochatten, det var det ju. Men jag tyckte ju att det fungerade i en hel del fall.

A: Vet du varför de andra inte tyckte om det?

C: Jag tror de kände att det var opersonligt på något sätt. Men företaget ville ju att vi skulle använda så mycket som möjligt för att vi skulle få bättre företagskänsla eller bättre känsla mellan de olika orterna.

A: Mm. Jag funderar på... vet du om attityder förändrades... om det var kanske en längre period och man hann vänja sig kanske?

C: Jag tror att det var som så att huvudkontoret i Stockholm hade använt dem här typen av kommunikation innan men vi, filialerna både i Halmstad och Skellefteå hade ju inte använt det innan och var kanske lite skeptiska mot det här. Det var speciellt de i Skellefteå som tyckte att det här var inte riktigt... det hängde nog ihop med personens ålder och vad han hade för bakgrund.

A: Det finns olika typer av möten, exempelvis för beslut, utvärdering, planering eller uppdatering. Vad för karaktär är det på och vilket syfte finns det med mötena som hålls via videokonferens?

C: Det var ju att... nu ska vi se... det var i möten var väl i huvudsaken att man uppdaterades och gjorde utvärderingar om sakerna. Det var inga beslutande mötena, det var sällsynt att de togs. det var isåfall beslut på låg nivå som togs på de här mötena.

A: Så du tror att högre beslut och chefer och så här hade andra typer av kommunikation. Om du vet det, du kanske inte hade insyn i det.

C: De hade också videokonferenser och då togs det nog möten men de brukade samlas med personliga möten när det var stora beslut.

A: Okej... Vad föredrar du, videochat, telefonkonferens, mail eller personliga möten? Kan du uttrycka varför?

C: Jag föredrar personliga möten för man kan ju känna stämningen på mötet och hur det är och sen kan man ju iakta mötesdeltagarnas kroppsspråk om det är alldeles "Nä det här tycker vi inte om" Man kan ju se mycket på personen ifråga. Han behöver inte säga så mycket. Att man får en bättre helhetsbild med personligt möte. Men det är min åsikt, det kanske är lite gammaldags.

A: Nej då, det är många som håller med där. Du pratar om kroppsspråk och så. Tror du att det inte är tillräckligt med videokonferens?

C: Vi hade för dåligt upplösning på våra grejer för att se det. Man kunde se ifall någon satt tyst och inte deltog i debatten alls men det är svårt att se det och just kroppsspråket.

A: Hur mycket... hur stor del av en... vad såg man egentligen i skärmen? Såg man de andras rum eller såg man ett huvud eller en hel kropp eller vad såg man?

C: Genom att det var i konferensrummen såg man konferensbordet och de personerna som satt runt omkring bordet. Så man såg ifrån bordet och upp... halvkroppen om man säger [så].

A: Vet du förresten om konferensrummen i sig var likadana?

C: Nej, de var olika.

A: Kan du tänka dig några situationer... för det finns vissa som säger att de här kommunikationssätten är olika bra i olika situationer, kan du tänka dig någon situation där videokonferens kan vara bra?

C: För information till exempel är det ju utmärkt.

A: För att ge information lättare?

C: Ja, för då kan du ju se... man ser personen som ger informationen och han kan ju uttrycka det på... inte bara i tal som till exempel i telefonkonferenser, utan man ser personen. Och han kan ju ha blädderblock och visa på staplar och sånt också.

A: Så man kan förtydliga och även använda sig av visuella hjälpmedel i bilden som sagt?

C: Ja.

A: Ok. Ja... Hade du haft någon tidigare erfarenhet av videochat eller videokonferenser? Använder du det privat?

C: Nej, jag hade ingen erfarenhet av det innan och jag var ju med som sagt var i ungefär ett år med det här och jag har inte några privata videochattar.

A: Mm. Och det var då när de på företaget alltså kom på att man skulle använda videokonferens?

C: Ja, jag hade ju aldrig varit med på en videokonferens innan jag blev... första gången på företaget.

A: Okej. Ja... och när var det liksom det avslutande? Var det 2007 också det avslutande... det sista erfarenheten du hade med...?

C: Ja, 2007. Något lite på 2008. Januari 2008. Och det började väl redan lite på 2006 i November, December någon gång.

A: Ja men då har du egentligen besvarat våra frågor och sånt. Tack så mycket.

C: Jag har skrivit ner några stolpar på ett dokument.

A: Javisst.

C: Jag kan skicka det till din mejl så att du kan se.

A: Ja, det funkar. Gör det.

[Stolparna innehöll inget som inte togs upp i diskussionen. Dock nämnde respondenten ett ytterligare skäl till personliga möten vid en senare informell uppföljning, nämligen möjligheten att bjuda ut kunder och samarbetspartners.]

B3.6 Intervjuprotokoll Företag F6 (2011-11-07)

A = Mikael Sevandersson

B = Samuel Edelman

C = Respondent R6

A: Första frågan då. Använder du videochat eller videokonferens i arbetet och i så fall varför? Om inte, varför inte?

C: Jo vi använder... inte videokonferenser... får se om jag svarar rätt men Netmeeting så att vi hör varandra i telefon, telefonledning och sen har vi... Netmeeting. Microsoft Netmeeting på datorerna så att de ser samma sak som vi ser.

A: Ok, så det är som ett delat skrivbord då?

C: Ja, precis. Det är det vi använder och ja, vi har det för att stämma av projektläge, vi har det för att stämma av orderläge och så vidare så att... jag själv kanske är med i något sånt i månaden men medarbetarna... det är två eller tre såna möten i veckan, antingen med Brasilien, ja Brasilien är det alltid två möten kan man säga har de med Angers [Frankrike]. Och Zwolle [Holland] också, såna möten.

A: Okej, och då är det alltså ingen videokomponent i det?

C: Nej det är inga bilder, det hade... jag har bara varit med om en enda sån någon gång, det var till Brasilien då. Trekanal i telefonledningen. Men det är säkert 10-15 år sedan. Ja 10 år sedan kanske.

Men det har vi slopat. Det var ett speciellt rum vi gick in i och man... Nej, bild har vi inte. Även om jag såg att det här Netmeeting kunde ha bild men jag har inte varit med om det. Det saknar lite grann. Men vi har inte bild. Utan bara ljud. Och ljudet går via vanliga... för det använder rätt mycket det vanliga... vad heter det systemet... man ringer upp ett nummer och sedan får man ringa in, och det finns en mötesledare med ett lösenord och sedan ringer man upp det här numret. Genesys heter det.

A: Ja, det känner jag igen faktiskt.

C: Ja, det använder vi. Så fort någon inte... för det kan väl vara internt bara mellan byggnader för om någon inte har lust att gå ut utan de flesta mötena har att man kan ringa upp också.

A: Vet du varför man slutade använda videokonferenser? Du sa att man hade provat på det.

C: Nej, jag vet faktiskt inte. Det var... är väl kanske för att tekniken inte var mogen på den tiden. För det var tre telefonledningar och det gick ju via telefon så det gick ju inte via internet utan gick via telefonledningar. Och varför det inte har startat upp igen, och det kan vara så att jag inte är medveten att det kan finnas några andra på företaget som använder det men... Nej man bör inte ha för krångligt att koppla upp och greja och ha sig för mötena... Det ska vara bekvämt och snabbt. Men jag kunde se det som en fördel att man kunde se dem också. För att nu när man sitter... jag var på ett sådant möte idag och då är den andre... man glömmer bort att sitter den i telefon och lyssnar då och kommer han in lite då och då... Man har ingen... Det blir inte så att man vet hur hör han vad man säger? Hänger han med? Han kan titta bort eller göra något annat, det har man ingen uppfattning om. Det tycker jag är lite nackdelen. Så ja, jag har varit på ett sånt möte idag med en kille som... var satt han någonstans? Jo han satt nog i en annan byggnad någonstans någon kilometer bort.

A: Ok. Då ska vi se här... Har det kommunicerats formellt eller informellt att det är då det här Netmeeting som ska användas och är det i vissa situationer?

C: Nej, vi har inga direktiv ännu, även om tiderna börjar bli ekonomiskt, man ska spara och så vidare. Det är mer av praktiska skäl. Folk hinner inte åka på möten eller gå mellan byggnader eller ja framför allt Brasilien, folk kommer hit ändå men det skulle vara omöjligt för vi behöver som sagt var ett par gånger i veckan prata med dem. Utan det är mer av praktiska skäl. Av tidsskäl skulle jag säga, man hinner inte annat.

A: Då ska vi se här, ja som sagt vi har ändå inriktat på videokonferenser, jag försöker bara om lite här då du säger att ni inte använder något så... Vad för attityder finns det till... vet du om det finns några attityder för videochat och videokonferenser? Finns det fler som vill ha det kanske eller något sådär?

C: Det har jag inte sett, men jag är helt övertygad om att det kommer... jag ser ju reklam, framförallt från Telia, det kommer ju snart. [paus] Ja, lite kanske det ska till... hur man gör med skärmar och datorer. För ofta har man en projektor och någon skärm. Det var en som satt i möte vid femtiden, det var tre skärmar faktiskt, men de hade samma bild på alla skärmarna. Det är möjligtvis, för det är ett möte som är varje dag, kallad COL-möte, Customer Online. Klagomål och sådant kommer in den vägen från kunder och så ska de hanteras direkt. Om de kopplar upp bild vet jag inte. Men jag tror att man hellre vill visa olika typer av protokoll så att man på en skärm kan visaagenda och på en annan skärm kan man visa aktivitetslista och en tredje kan vara något annat. Det är sällan man har en skärm dessutom som kan visa bild på en person. Vi har inget direkt, jag har inte hört något sånt. Men genom att jag ser att tv'n som Telia då gör reklam för, det alltså kommer antagligen successivt bildskärmar blir billigare, datorer blir billigare. Så jag tror att det kommer. Men det får inte vara för klumpigt att koppla upp sig. Det ska gå med några enkla knapptryckningar så ska det komma igång bara. Ungefär som med Skype. Men vi får inte använda Skype, för det är inte tillräckligt säkert. Man kan tydligen komma in den vägen och nå nätverk, alltså obehöriga. Så att vi får inte använda Skype.

A: Intressant. Vi ska se här... Har du några åsikter om vad du föredrar mellan videochat, telefonkonferens, mail eller personliga möten? Kan du uttrycka varför?

C: Nej, jag vill säga att de fyller lite olika behov. Email... Alltså möten tar ju för mycket tid, jag måste göra det precis då när jag är på mötet. Med email kan jag alltid göra en bit på morgonen eller kvällen eller när det passar mig. Men däremot, fysiska möten tycker jag måste finnas också där man ser kroppsspråket, ser folk, attityder och... Man kan göra snabbare inlägg också. Man kan avbryta och veta att det är okej att avbryta. I telefon blir det lite mer styrt. Jag vill säga att de fyller olika behov så jag vill hellre ha bekräftande av de här olika mötesformerna än att säga att någon är bättre än en annan. Det beror precis på vad det gäller. Och resor behöver man också göra ibland. För att det är inte alla detaljer man får i ett möte utan man får genom att träffa folk i andra situationer och vara ute i verksamheten och titta på saker och ting och kan då ställa frågor. Så att det är nog mitt svar. Att man behöver allt. De har olika plus och minus och det beror på de olika situationerna. Men lite saknar jag... för det ser jag när jag har Skype privat skulle jag föredra i vissa lägen att... det är mycket bekvämare att visa upp någonting, en artikel en pryl och så vidare i videon direkt. Vi har ett system som visar kundproblem och lägger in foton och sånt. Men fotot är ofta taget av kille som vet precis var problemet är. Och han zoomar in lite och tar på detaljerna. Och man tänker själv ”men var sitter det någonstans? Sitter det fram eller bak på bilen?” Man skulle vilja ha... kunna säga... ”Kan du gå lite bakåt så jag får se hur det...” Det skulle man vilja ha alltså. En bärbar dator med videomöjlighet så man kan få diskutera problemet lite enklare... Det saknar jag ibland. Det går mycket tid att... det är något fel på något sätt som man sitter och diskuterar, då behövs ofta mer information. Då kan man inte bestämma sig på mötet utan då får de komma tillbaka. Kan du skicka över en film, fler foton eller tydlig beskrivning. I sådana lägen är en kamera riktigt bra.

A: Mmm precis, mer direkt. Då ska vi se, du säger att du använt Skype privat. Har du mycket erfarenhet av det då?

C: Jag hade det användning utav det när, [dottern] både när hon var i USA och nu när hon är i Lund så pratar vi med henne en eller två gånger i veckan. Oerhört smidigt faktiskt. Jag vet inte varför det är en säkerhetsrisk men det är det tydligen på företaget...

A: Ja okej. Jag vet inte har vi något annat?

B: Jag kan inte komma på något.

A: Nej, men jag tror faktiskt att vi fick med ganska mycket, du kom in på väldigt många av de diskussionerna som ändå ligger bakom videokonferensanvändning och så.

C: Ja, jag fick ju svara som det är så får ni använda det som ni vill. Är det något sådant så är det bara att ringa mig på min mobil om det är några följdfrågor eller något sådant där så får du gärna höra av dig i så fall.

B3.7 Intervjuprotokoll Företag F7 (2011-11-08)

A: Samuel Edelman

B: Mikael Sevandersson

C: Respondent R7

B: Använder du videochat eller videokonferens i arbetet och i så fall varför? Om inte varför inte?

C: I fem år har jag arbetet här och ja, jag har använt det men alltid tillsammans i grupp. Jag har inte alltid varit på Comfort utan jag har varit på en annan position innan och där satt halva gänget i Lund och halva gänget satt i Tumba. Och då hade vi, vad ska vi säga, var tredje vecka, var fjärde vecka, videokonferens med dem. Så att när jag har haft det så har jag alltid varit i en grupp. Jag har aldrig själv suttit på min kammare... Ah! Nu ringer jag upp, Tumba eller Indien eller USA. Utan man gör det

lite mer, min konsoliderade erfarenhet här är att vi har varit tillsammans när vi har gjort det. Om inte varför inte? Nej, jag tycker väl personligen att okej, vad ger videokonferens mig mer än ett telefonsamtal? Ja det är visuella bilden. Men den är inte så, alltså värdet att ha bilden för mig är inte så högt. Då premierar jag hellre att ha konferens på Lync, alltså Lync är passande för [Företag F7] det kör vi mer, vi kör inte med Skype. Jo vi har Skype med fast det...

A: Är det internt?

C: Lync är något Microsoft program och Lync är så funkat att när jag söker på folk så att alla i [Företag F7]:s adresslista ligger också i Lync. Skype, jag skypar väl med några kollegor men det var innan, det ligger kvar för vi hade det, vi hade Skype innan vi hade Lync. Men då måste jag ju bli vän med en kollega i Kina eller i USA eller sådär va. Så jag hittar de inte lika lätt som med Lync. Så vad jag vill säga är att added value med videokonferens, och jag ser vederbörande på andra sidan. Men jag premierar hellre en bra telelina än jag premierar en bra, att jag ser en bild. Och att då prata på telefon kontra över Lync, det är ju stor skillnad va, det är ju jätteskillnad rent kvalitetsmässigt. Sitter jag med Lync och hörlurar och pratar med Kina, det är som att sitta här, det är fantastiskt bra. Sedan tycker jag också det är lite bökit. Att starta, jag ska veta deras nummer någonstans och så vidare. Och sedan är det så att jag har gjort lite benchmark innan jag kom in här, pratat runt lite med kollegor och videokonferens som helhet det är på väg ut för [Företag F7]. En gång i tiden, vi började med videokonferens någonstans runt 97-98, det var långt innan jag fanns i firman och då slogs det på, ja! Det här ska vi ha. Och säljbolag ute i världen skulle också ha det och de skaffade det. Var det små säljbolag så kunde de kanske dela om [Företag X] fanns i samma land eller samma stad, nära, det finns ju fortfarande band mellan [Företag F7] och [Företag X]. En gång i tiden har de ägt oss och nu äger de väl oss till 30% eller vad det är. Är det små säljbolag har man tittat på alternativa möjligheter, man kanske kunde låna någon videokonferens på något närliggande hotell eller man kunde som sagt va då gå till [Företag X] eller [Företag Y] som är ett annat bolag. Men det var Corporate, det ska man ha. Och nu när jag har hört runt så nej, de flesta säljbolagen ute i världen har tagit bort det. Och Tumba har kvar det och några andra sajter men i stora hela har säljbolagen tagit bort det. Här i Lund har vi ett videokonferensrum, vi har haft tre som mest. Och det vi har är det här rummet fast prick en våning upp.

C: Vilket program använder du och varför? Ingen aning, det är... åter igen där när jag pratade runt så pratade jag med en kille som har lite mer insikt och han sade att man gjorde en global upphandling och köpte Sony komponenter, sony apparatur, mikrofoner och någon hub där och så. Och det implementerade man på alla sajter. Och vad sedan Sonys program heter, ingen aning men jag vet att det är Sony. Så att fråga 1 c kan vi sätta noll på och en gång i tiden har det varit en gång var tredje vecka.

A: Då tar vi fråga två då. Företag kan ha mer eller mindre uttalade policies för många saker, har det kommunicerats i något formellt sammanhang eller informellt sammanhang att videochat eller videokonferens är det kommunikationssätt som ska användas i vissa situationer?

B: Eller inte användas.

C: Nej, inte mig veterligen. Att det har gått ut något sådant här statement, det kan jag inte dra mig till minnes.

B: Det var inte så förr i tiden när de väl började heller? Du sade att corporate sade det.

C: Nej det ligger utanför min kännedom och även att jag var inte på firman då. Jag började här första januari 07, ingenting har kommunicerats i en eller annan riktning. Det här med att det är på [nedgång] och det märker vi ju att nu finns det ett rum kvar och jag har förstått att de har slagit igen på sajter ute i världen, inte haft kvar då. Vi har ju mycket, alltså vi har ju mycket system för att prata mellan olika sajter som inte är videorelaterade. Vi har exempelvis Genesys som är en tjänst, man ringer upp en portal, jag har mitt Genesys nummer här bak så jag alltid minns det. Jag ringer upp en portal och jag skickar en inbjudan till några säljbolag, vi syns på genesys klockan 2, här är numret och så ett +46 nummer. När jag kommer in där så anmodas jag att lämna en kod och sedan så öppnas mötet. Det är

en samlingsplats och sedan så har vi som sagt va Lynk. Och Lynk är rätt så nytt på det viset att folk är mer inkörda på Genesys. Men då köper vi ju en tjänst av Geneys och betalar för det. På Lynk så går vi via internet och då kan jag även välja att jag ska dela min skärm: Ah jag har en presentation, jag skickar över den, nej förresten det gör jag inte alls jag kan ju dela min skärm ju. Så på det viset är Lynk väldigt bra. Såklart alltså Genesys har någon funktion för det också men det är så jädra bökitg och det stakar sig och så. Men varken Lynk eller Genesys har ju det här visuella i vår omfattning. Jag kan ju gå faktiskt tillbaka till fråga ett, vilken programvara använder du och varför? Det sade den här killen som jag pratade med också att vi använde ISDN och då hade vi åtta-kanalig anslutning. Så satt jag och pratade med dig, säg att du satt i Tumba, så kör jag fyra linor bild och fyra linor ljud fram och tillbaka, pang pang pang. Men om jag ska ta och blanda in dig, du kanske är i Helsingfors. Då fick jag dela upp mina trådar, du fick några trådar och du fick några trådar och då blev det fördröjning och hade man några stycken där så kanske det bara gick en ljudtråd och en bildtråd till dig, då fanns det en fördröjning, man lade ner glasögonen det tog två sekunder. Och det här är ju, när man då började med detta på [Företag F7], säg att det var 98 sade den här killen. Då fanns, att ta steget att jobba med internet istället, internetlinan istället för telefonlina. Det fanns, eller det fanns men det var annat som begränsade det. Världen såg ju inte ut som den gör idag då. Så det är väl det jag kan säga på 1 b.

A: Har ni märkt av några effekter av användandet och i så fall vad tror ni det beror på?

C: Vilket användande tänker du på?

A: Videochat och videokonferens.

C: Ja effekten är väl att det har gått ner och som jag förstår så är det på väg ut. Till förmån för något annat kanske. Jag tror att, säg att vi går och skaffar något annat så blir det mer datorbaserat. Från och med nu köps alla datorer in med kamera och sen kör man. För det finns ju tjänster i Lynk precis som det finns tjänster i Skype att man kan koppla på en kamera, det är ju inte svårare än så. Idag är det att du ska boka dig ett rum, jag går ner till receptionen där ni fick era namnlappar och så säger jag till [henne], hej jag vill boka videokonferensrummet. Och så kommer jag upp en våning här då och då återigen de flesta säljbolagen har tagit bort det jag är så pass rudisk på den här utrustningen så jag kommer få ringa en kille och säga, du kan du hjälpa mig när jag ska starta upp? Så att idag är det rätt bökitg, jag får baxa mig fram. Jag kan se en framtid, okej nu har vi gått in att corporate vi använder Lynk mellan oss så här. Att i framtiden tar man Lynk ett steg till, Lynk med kamera också, det kan jag se som en möjlig förlängning. Men jag... vi har en massa boards för olika saker, site boards och production board och invention board och det finns säkert en board för detta också eller som det sorterar under kan jag tänka mig.

B: Skulle du vara intresserad av att använda Lynk med video eller menar du som sagt att det tillför inget?

C: Nej jag tycker inte att det tillför så mycket. Det tycker jag inte. Men det kanske är som vi hade förr som jag berättade när jag satt i den andra gruppen innan. Säg att vi var fem sex stycken i Lund, fem sex stycken i Tumba då kan det väl kanske ha en... Ja när man är mer i rummet så kan det kanske finnas en nytta med det, mer än att du och jag sitter och pratar. Men fortfarande, jag sätter högre ljudkvalite, den är högre på agendan än att få en bild.

A: Videokonferensprogram kan komma med andra funktioner än videokommunikation, det här är exempelvis förekommande i program som ska stödja grupparbete. Använder ni någon annan funktion i programmet/programmen än videochat?

C: Njae. Åter igen den här killen jag pratade med. Han sade det att när det då användes som mest flitigt och så, säg att någon del av [Företag F7] satt här i Lund och så pratade man med en del som satt någon helt annanstans i världen. Och så kanske man pratade om någon produktspecifik sak. Exempelvis den här teskeden, den är ju ny och fin och fräsch och så. Och istället för att gå fram och visa den för kameran så hade man en annan kamera. En, man kallade det för dokumentkamera, nu kör vi med dokumentkameran, här ser ni hur fin den här teskeden är. Så att man slog över att nu är det denna kameran som gäller, nu går man ner och titta här vad de har snidat och det är den färgen istället

för att återigen gå fram och visa för kameran. Så att man kunde switcha över och gå ner på produktspecifik nivå. Då var det inte intressant att se människorna längre utan då var det ju intressant att se den aktuella produkt som man pratar om.

B: Vet du om det finns kvar, den delen?

C: Nej den har liksom gått med den här allmänna strömmen ner.

B: Man är inte lika intresserad av att visa upp produkten på samma sätt?

C: Jag kan tänka mig att det var en annan tid innan, nu fotar man bara med iphonen och så iväg.

A: Mycket smidigare.

C: Mycket smidigare ja.

B: Fråga tre då. Det är som sagt individuellt vad man tycker om videokonferenser och så och vad för attityder det finns inom företaget, om du känner till det om användandet av videokonferens och videochat?

C: Ja, attityder inom företaget... kan bara reflektera till vår grupp som då repetitivt hade möten innan. Lite bökiigt, lite krångligt, lite stökiigt, inte så ad hoc. Ah, vi går upp och snackar utan vi skulle liksom boka ett rum och man skulle ha med den här killen som kom och hjälpte så att de i Tumba såg oss och att de hörde oss och att vi såg de och vi hörde de. Jag tror den allmänna känslan av det, det var lite krångligt, lite stökiigt, lite bökiigt. Om det sedan kan skilja från person till person, det beror lite på hur luttrad dataanvändare man är. Det är klart vissa kanske upplevde det som jobbigare än andra. Jag kan minnas någon gång det hände men jag kan inte säga att det hände en gång eller det var inte många gånger. Säg att vi, Tumba gänget såg oss och hörde oss, vi hörde de men såg inte de. Då sade vi att vi kör ändå va, skit i det vi kör. Det är inte fog för att ställa in mötet på något sätt. Och sådant sätter jag liksom alltid in när. Ah, bökiigt, så inför nästa möte hur blir det nu? Kommer vi se de eller? Inte för att det egentligen spelar någon rolla men va jobbigt. En liten känsla av att nu får vi se hur det går idag och det är ju aldrig riktigt som man vill ha det.

B: Nej det är en bekvämlighetsfaktor. Ja och som sagt du sade ju att det fanns motstånd och det används ju inte.

C: Nej jag tror det är. Varför det är på väg ut... bra fråga. Jag kan bara spekulera i att det var nog det att utnyttjande graden tror jag var väldigt låg. Om man liksom tittade hur många timmar används den i veckan... nah. Man köpte in det här 98-99 någonstans där, då körde man ISDN lina. Nej, världen ser inte ut som den gjorde då. Nu har vi commitat oss till Lynk och Lynk bjuder ju möjligheter för utvidning. Så om det är en anledning till att vi har gått ifrån det och monterat ner, det vet jag inte men det kan vara så.

A: Fråga 4. Det finns olika typer av möten exempelvis för beslut, utvärdering, planering eller uppdatering. Vad för karaktär är det på och vilket syfte finns det eller fanns det med mötena som hålls via videokonferens?

C: Jag har väl egentligen varit med två typer utav möten i videokonferens under mina år här och det är ju då de här tredje veckors mötena med kollegorna i Tumba i Stockholm. Det var den ena typen, vanliga avrop, vi pratade lite allmänt, först chefen för avdelningen och sen så gick man liksom avdelningen runt. Så bollade man idéer med de från Stockholm, det var vanliga telefonmöten. Sedan finns det en annan typ utav möte, när vi kommunicerar, när vi pratar med olika säljbolag ute i världen, varje år så lämnar de in en plan om hur de tänker jobba nästa år. Om de ska skaffa någon speciellt aktivitet kring att sälja den här eller den här. Dem har helt enkelt, det finns alltid en bra dialog mellan, tycker vi, centrala Företag F7 och säljbolagen. Men sedan finns det också ett formellt forum där man skriver och upprättar planer och det kallar vi för connect, det kallar vi för connectsamtal. Och det sker i Januari varje år. Så någon gång i November lämnar säljbolagen in sina planer, vi tittar på de och

sedan så pratar man om det i Januari, då har man ett connectmöte. Och det mynnar ut i en handshake, okej vi säger på det här, de har sett att såhär ska vi jobba. Sedan så skickar de också en passning till centrala kommunikationer, funktioner som exempelvis jag. Vi behöver hjälp med utbildning eller vi behöver hjälp med något beräkningsverktyg eller vi behöver hjälp med [markov?] eller vad det nu kan vara. Sådant pratar man om i connect. Stora säljbolag försöker man resa till, åker till Kina och har connecten på plats och du åker till USA och har connecten på plats. Lite mindre och mellanstora länder tar man connecten över telefon. Pyttesmå länder det kan ibland vara att connecten kanske uteblir eller att connecten blir ett mail, jag har några kommentarer hur var det menade här. Då har jag varit med i connectsamtal som har varit över videokonferens. Så det är sådana här veckovisa möten med kollegorna i Stockholm och dels connectmötena med säljbolag som jag har varit med om att köra videokonferens. Men de sista åren har connectmötena nästan uteslutligen varit över telefon, eller Lynk eller Genesys skulle jag säga.

B: Har det blivit någonting att det har blivit fler resor eller någonting sådant där och att man gick ifrån video där eller då tar man det över telefon och de man ändå hade tänkt resa till reser man till ändå.

C: Ja, vad ska jag säga [Företag F7] har ju funnits sedan 1883 och vi blir således 130 år snart och vi har aldrig varslat folk men det gjorde vi faktiskt 2009. Då skulle man bli av med 10% utav arbetsstyrkan, lite olika fördelat på olika länder och så. Och just i det... Då var det också, okej hur ska vi nå ett bra bottom line resultat och då drog man ju in på vissa saker. Och jag kan ju i bakspeglarna tycka att det kanske det var mindre resor då, kanske en smula mer video men det är alltså marginellt. Ja jag kan väl kanske ha en känsla av att det var lite mer videokonferens men definitivt mer telefonmöten, lite mer organiserade telefonmöten. Man bjöd in några stycken och sedan körde man. Om videokonferensanvändandet gick upp då, nej knappt. Vi reser mindre men vi kommunicerar nog lika mycket, alltså kommunikationen mail, telefon eventuellt video gick upp under den perioden.

B: Vad föredrar du, videochat, telefonkonferens, mail eller personliga möten. Kan du uttrycka varför?

C: Ja det beror helt och hållet på vad man vill kommunicera. När jag kommer ut till säljbolag ute i världen. Jag ska till Holland nästa... jag ska till Benelux nästa vecka. Det är en sådan resa som är absolut nödvändig att göra. Alltså jag och en kollega där nere ska träffa i sin tur kunder. Den hade aldrig gått att ha via något system. Lite beroende på vad man ska stämma av, bara det löpande eller mer kundspecifikt så föredrar jag såklart olika saker. Men vad ska jag säga, så fort man ska blanda in video, visuell bild, då tycker jag att då får det finnas lite substans i rummet, att det är fem på andra sidan och det är fem här, då tycker jag att det kanske börjar bli mer... Men är det bara jag och min kollega på andra sidan eller jag och två eller tre kollegor där borta, det kan egentligen vara rätt... Då kan man givetvis fråga, varför tycker du så? Ja det är väl bara egentligen en intuitiv känsla, jag vet inte det kanske är grottmänniskan i en som tar över. Varför tycker jag så egentligen?

B: Är det så, kontakt med kunder och så då, var det då viktigare med fysiska möten?

C: Ja, vissa länder är det ju väldigt viktigt, idag kommer en central kollega, det är väldigt viktigt. Eller de flesta marknader är ju viktigt tycker jag. Och då försöker man sträcka lite på sig, dels från kundens sida och dels framförallt lokala [Företag F7] att nu har vi med oss en central resurs här. Inte för att jag på något sätt är en trollkarl och kan trolla och ha med mig trollspöt, för det har jag sällan med mig, trollspö. Men det finns alltså en respekt och en bonding procedur som är stark om man kommer själv från centrala Lund. Då har man liksom rest och ställt andra saker åt sidan just de dagarna, visat sin respekt. I mitten av december ska jag till Turkiet, jag har varit i Turkiet kanske en åtta tio gånger både med detta jobbet och mitt förra jobb innan jag jobbade på [Företag F7]. Det hade ju aldrig gått att köra på video, dels så tror jag inte de är byxade som land att säga till en kund hur är det med er videoapparat, nej det hade inte gått. Businessmässigt och respektmässigt hade det kanske sett dåligt ut. Så att beroende på vad jag ska göra och vad jag ska utträtta så stämmer olika, passar olika saker in bättre och sämre. Kultur såklart, typ av ärende, dignitet, ibland finns det säljbolag som man inte har... ja det har hamnat lite mellan stolarna. Folk har börjat på positioner, folk har slutat på positioner. Säljbolaget har kanske väldigt anonymt, de har levt liksom en stilla tillvaro och sen så helt plötsligt, Oh! det finns business överallt. Då måste man ta den resan och göra liksom en businessplan. Det är så,

hur ser det ut, vad ska vi göra? Så att jag skulle väl säga att telefon, mail, video... Strategi digniteten hamnar lite längre ner, ska man dra de stora penseldragen så föredrar jag nog ett personligt möte. Ska man då prata liksom, ah nu ska vi göra något helt nytt så...

Vi kommer aldrig sluta resa, vi kommer alltid resa på ett eller annat sätt.

[Långt stycke utan koppling till intervjun]

B: Sista frågan, har du tidigare erfarenhet av videochat eller videokonferenser? Använder du det privat?

C: Jag har Skypat med bild, det har jag gjort. Med blandat resultat, så ja, jag har en erfarenhet av det privat. Kan jag lägga in telefonkamera på mig själv?

B: Ja.

C: Jag är inne på min andra eller tredje telefon som har kamera där och kamera där, ja ni vet ju vad jag menar.

B: Alltså menar du då för att spela in rörlig bild?

C: Alltså säg att jag ringer min fru, så vet jag att hon har samma telefon som jag har och så kan jag trycka på en knapp. Då går ju telefonen över i ett läge där jag kan se henne och hon ser mig. Ni vet vad jag menar va?

B: Ja.

C: Låt oss säga att hon och jag har använt det en eller två gånger på tre år. Mer för att det har varit skoj inte för att det har funnits något effektivt i det. Jag vet inte om man kan lägga det under videochat eller videokonferens men det är ju någonstans bild och samtidigt.

B: Videomedierad kommunikation är det ju.

C: Och så när jag har gjort det har det mer varit för att barn har velat det. Men jag har som privat person inte sett något added value med att göra det. Men i en dator, i en fysisk dator ja, med en liten kamera hängande och sedan så Skype. Det var en bekants förälder som har ett hus i Torre Vieja och jag satt och snackade med [anonym] och [anonym] lite granna och sedan så dröjde det någon vecka och sedan så pratade vi igen den vägen. Och det stakade ju lite gran men det funkade liksom. Privat bruk då blir det genast, jag menar ambitionsnivån lite lägre. Men sitter man här så ska det bara funka! Tycker jag. Så man har ju olika filter beroende på vart man sitter för tillfället.

Bilaga 4 Företagsinformation

Företag F1 är ett Lundbaserat IT-bolag som utvecklar och levererar portallösningar baserade på sharepoint.

Företag F2 är en mobiltelefonstillverkare som opererar internationellt men har bland annat kontor i Lund.

Företag F3 är ett IT-bolag som utvecklar innovativa och hållbara informationssystem för kunder i Öresundsregionen. Också belägna i Lund.

Företag F4 är telefon- och internetbanksavdelningen av banken med verksamhet i Norden och Baltikum. Telefon- och internetbanken finns på 5 orter i Sverige.

Företag F5 utvecklar lösningar för och erbjuder service till bensinstationer. Mest kommunikation med Sverigekontor men vissa internationella anknýtningar.

Företag F6 en svensk fordonstillverkare med utländska ägare och med produktionsorter runt om i världen.

Företag F7 är tillverkare av pumpar, ventiler, värmeväxlare och separatorer. Huvudkontor i Lund men produktionsorter och säljföretag ligger runt om i världen.

Litteratur

Aiken, M & Martin, J & Shirani, A. & Singleton, T. (1994): A group decision support system for multicultural and multilingual communication, *Decision Support Systems*. Vol 12 No 2.

Asghar, S. & Fong, S & Rukhsana (2009): A Contemplation of Group Decision Support Systems. In: Sohn, S., Kwack, K.D. Um, K., Young, G., Lee, Ko, F (2009). *Fourth international conference on computer sciences and convergence information technology*, 24–26 November, Seoul, Korea.

Backlund, B (1991): *Inte bara ord. En bok om talad kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
Refereras i Hörnfeldt, K & Lidman, M (2003)

Bansal, P. & Roth, K. (2000): Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness. *The Academy of Management Journal*. Vol 43 No 4.

Barrios-Choplin, J. Sitkin, S. & Sutcliffe, K. (1992): A Dual-Capacity Model of Communication Media Choice in Organizations. *Human Communication Research*. No 184.

Berry, G.R (2006): Can Computer-Mediated Asynchronous Communication Improve Team Processes And Decision Making? *Journal of Business Communication*. Vol 43 No 344.

Blom, E. (2010): Vi Testar Programmen för Videochat [Elektronisk]. *Computer Sweden*. Tillgänglig: <http://www.idg.se/2.1085/1.295420/vi-testar-programmen-for-videochat> [2011-11-03]

Bohlin, S (2003). One Conference Säljer Videokonferens åt Sony. [Elektronisk] *Computer Sweden*. Tillgänglig: <http://www.idg.se/2.1085/1.36599> [2011-11-03]

Carlson, J. R. & Zmud, R. W. (1999). Channel expansion theory and the experiential nature of media richness perceptions. *Academy of Management*. Vol 42 No 2.

Cochrane P., Heatley D.J.T., Cameron K.H. (1993): Telepresence-visual telecommunications into the next century. In: *Fourth IEE Conference on Telecommunications*, 18-21 Apr, Manchester , UK (*Conf. Publ. No. 371*).

Correia, N., Alves, L., Correia, H.C., Soares, L., Cunha, J.C., Romão, T., Dias, A.E., Jorge, J.A. (2005): InStory: A System for Mobile Information Access, Storytelling and Gaming. In: *Activities in Physical Spaces. ACE2005 - ACM SIGCHI International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology*.

Daft, R. L. and R. H. Lengel (1984): Information richness: a new approach to managerial behavior and organizational design. *Research in Organizational Behavior*. Vol 6.

Daft, R. L. and R. H. Lengel & Trevino, L. K (1987): Message equivocality, media selection, and manager performance: Implications for information systems. *MIS Quarterly*. Vol 11 No 3.

Gale, S. (1991): Adding Audio and Video to an Office Environment. I: Bowers, J & Benford, S. (1991): *Studies in Computer Supported Cooperative Work*. Elsevier Science Publishers B.V.

Hatcher, Myron (1992): A video conferencing system for the United States Army - Group decision making in a geographically distributed environment. *Decision Support Systems*. Vol 8 No 2.

Heymowska, A & Ullman, H (2010): Så Lyckades If med Videomöten.[Elektronisk] *Computer Sweden*. Tillgänglig: <http://www.idg.se/2.1085/1.358870/sa-lyckades-if-med-videomoten> [2011-11-03]

Hilz, R & Turoff, M (1985): Structuring Computer-Mediated Communication Systems To Avoid Information Overload. *Communications of the ACM*. Vol 28 No 7.

Hörnfeldt, K & Lidman, M (2003): *Medvetenhet om kroppsspråk – Ett utvecklingsarbete för att öka ungdomars medvetenhet om sitt och andras kroppsspråk*. Kandidatuppsats. Pedagogutbildningarna, Luleå University of Technology, Skellefteå.

Jacobsen, D. (2002): *Vad, Hur och Varför? Om Metodval i Företagsekonomi och Andra Samhällsvetenskapliga Ämnen*. Lund: Studentlitteratur.

Kock, N. (2005): Media Richness or Media Naturalness? The Evolution of Our Biological Communication Apparatus and Its Influence on Our Behavior Toward E-Communication Tools. *IEEE Transactions on Professional Communicatio*. No 2.

Maltén, A. (1998): *Kommunikation och konflikthantering - en introduktion*. Lund: Studentlitteratur. Refereras i Hörnfeldt, K & Lidman, M (2003)

McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London: Sage.

Moezzi, S., Katkere, A., Kuramura, D.Y. (1996): Immersive video. In: *Virtual Reality Annual International Symposium*, 30 mars - 3 april, 1996. Proceedings of the IEEE 1996

Newberry, B. (2001): Raising Student Social Presence In Online Classes [Elektronisk]. *WebNet 2001 Proceedings (In Press)*. http://learn.gen.org/Resources/legend101_norm1/200/210/211_3.html [2011-11-03]

Ou, G. (2005): High definition video conferencing is here. *ZDNet* [Blogg]. 10 Maj. http://www.zdnet.com/blog/ou/high-definition-video-conferencing-is-here/59_ [2011-11-03]

Paradiso, J.A, Hsiao, K, Strickton, J, Rice, P. (2009): New Sensor and Music Systems for Large Interactive Surfaces. In: *Proceedings of the International Computer Music Conference, ICMC 2000*.

Pease, A (1994): *Dina gester avslöjar dig*. 3:e upplagan. Södertälje: Tryck Fingraf Tryckeri. Refereras i Hörnfeldt, K & Lidman, M (2003)

Ping, Z, Weizhong, L & Xuecheng, Z (2008): A Study of Video-on-Demand Learning System in E-Learning Platform. In: 2008 International Conference on Computer Science and Software Engineering.

Pullen, M.J (2001): Applicability of Internet Video in Distance Education for Engineering. In: 31st

Annual Frontiers in Education Conference, October 10 – 13, 2001, Reno, Nevada, vol.1.

Romiszowski, A & Mason, R (1996): Computer-mediated Communication. I: Jonassen, D. (1996): *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*. Lawrence Erlbaum Associates.

Smith Jill. & Vanecek, Michael T. (1989): M.T. A nonsimultaneous computer conference as a component of group decision support systems. In: Decision Support and Knowledge Based Systems Track, Proceedings of the Twenty-Second Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 3-6 Jan 1989, Kailua Kona, Hawaii, USA. Vol 3.

Wa, R. (2009): *Concurrency Control for Real Time Groupware*. Division of Computer Science, University of St Andrews: WARP Report W1-94*.

Wallström, M (2010): *Distansmöten Sätter Press på Cheferna*. [Elektronisk] *Computer Sweden*. Tillgänglig: <http://www.idg.se/2.1085/1.324290/distansmoten-satter-press-pa-cheferna> [2011-11-03]

Weihong-Guo, A., Blythe, P., Olivier, P., Singh, P., Ha, H.N. (2008): Using immersive video to evaluate future traveller information systems. *IET Intelligent Transport Systems*. No 1.

Weisband, S. (1994): Overcoming social awareness in computer-supported groups: Does anonymity really help? *Computer-Supported Cooperative Work (CSCW)*. Vol 2 No 2.

Weiss, C. (1990): Desktop Video Conferencing – An Important Feature of Future Visual Communications. In: IEEE International Conference Communications. ICC 90, Including Supercomm Technical Sessions. SUPERCOMM/ICC '90. Conference Record. 16-19 Apr 1990, Atlanta, GA , USA. Vol 1.

Wood, F.B. (1975): Congressional perceptions of emergent telecommunications. *Technological Forecasting and Social Change*. Vol 8 No 2.

Youngjin, Y. (1998): Predicting groupware usage. In: Proceedings of the Twenty-Second Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 3-6 Jan 1989, Kailua Kona, Hawaii, USA. Vol 6.