



En definition av informatik och dess implementering

Företag och organisationers användning av sociala medier

Innehåll

1	Inledning.....	1
2	Metod	1
3	Definition av informatik.....	1
4	Empiri.....	2
5	Analys	3
6	Diskussion	3
	Referenser	4

1 Inledning

Idag är vi inne i den process där vi går från en värld som bestått av analoga informationssystem så som böcker och tidskrifter men som med raska steg rör sig in i en ny era av digitala lösningar och informationssystem. Syftet med denna studie är ta fram en egen definition som tydliggör essensen av ämnet informatik och informationssystem för att sedan kunna påvisa hur min definition kan appliceras på ett valt forskningsområde som själva inte klassificerar sig som informatik men som oavsett genomsyras av dess kärna, och även kunna förstå en mer tvärvetenskaplig aspekt av ämnet.

2 Metod

För att få fram informationen kring Informatikens betydelse så har jag främst vänt mig till Svenska informationsakademin (SISA) och har använt mig av deras text och källor för att lägga en grund till min definition. För att sedan få ett bredare perspektiv, valde jag att gå in på diverse utbildningar inom informatik som olika universitet tillhandahåller. Utifrån dessa källor så har det dragits paralleller mellan ord och beskrivningar över ämnet och på så sätt bildas en helhetsbild som har blivit min definition.

När informatik presenteras som ämne så kan det tolkas som att det handlar om människa kontra mjukvarusystem på en arbetsplats. Men eftersom informatik är mer djupgående bredare än det så har jag valt ett lite mer diffust område som utnyttjar informationssystem, därför har jag valt att belysa informatikens drag i analyser kring hur sociala medier används i företag och organisationer.

Med hjälp av sökorden "social media AND business" har jag via Primo funnit tre passande artiklar som speglar användandet av sociala medier företag och organisationer sinsemellan samt även ut mot privatpersoner. Utifrån dessa har jag tagit fram några exempel på hur olika företag använder sociala medier på olika sätt. Hur dom tagit lärdom, förmedlat och fått information för att sedan implementera min definition av informatik på användandet.

3 Definition av informatik

Den definition av Informatik som ges av Svenska informationssystemsakademin (SISA) kan jämföras med diverse institutioner på olika Universitet runt om i Sverige.

SISA (u.å.) liksom Holmström, J och Persson, A (2015) menar att Informatik som ämne är läran kring människans användning och utformning av IT och kan också appliceras

på diverse områden inom digitaliseringen som sker. Detta stämmer bra överens med det som står på både Umeå universitets definition som antyder att det är forskning kring samhällets digitalisering (Umeå universitet, u.å.) och likaså beskriver Göteborgs Universitet Informatik som ett forskningsområde kring hur IT kan tillgodose behoven hos Individer och Organisationer. En tydlig aspekt som Örebro universitet belyser är att informatik inte bara är inriktad på IT i tolkningen dator och dess hårdvara utan också applikationer som underlättar i vardagen, och diverse innovationer som utgör delar av samhällets digitalisering (Örebro universitet u.å.). Utrycker som nu myntas för det.

Min definition är summerat till att Informatik är forskning kring människors och organisationers behov och användning av IT samt systemen dessa samverkar i. Definitionen kan lätt tolkas som ett renodlat teknologiskt ämne om fokus landar just på termerna IT och system. Det som bör tas hänsyn till är att systemen i fråga är inte består av enbart hårdvara eller mjukvara utan att även användaren räknas in som en vital del av systemet. Min definition bör inte ses som ett rent teknologiskt ämne då det även innefattar en beteendevetenskaplig aspekt.

4 Empiri

Carim och Warwick (2013) gör sin studie för att få fram information kring Organisationers sociala media och dess syfte. Med att samla in information från ett antal personer som jobbade inom organisationer inom forsknings finansiering så kunde en analys tas fram om vilket ändamål sociala medier användes till. Dom tre vanligaste anledningarna var att företagen försökte bygga en Community kring sitt företag på sociala medier för att ge ett intryck av transparens och tillit, för att nå ut till en bredare publik och framförallt för att marknadsföra sig själva. Det påpekas också att sociala medier är ett billigt marknadsföringssätt som och kan spela in som en faktor varför företag just väljer det som en kommunikationskanal. Något annat som belyses av Dijkmans, Kerkhof och Beukeboom (2014) är vikten av användning av social medier för att få feedback på sina produkter och tjänster. I det fallet beskrivs det som "electronic word of mouth" (eWOM) vilket dom menar är har en större påverkan på kunder än konventionell marknadsföring så som reklam och dylikt. Med eWOM så menas dom sådana system användarna kan lämna utvärderingar och pricka in på skalor hur bra produkter och tjänster varit. Även online forum där diskussioner kring produkten eller tjänsten kan hållas kan räknas in. Detta har en mer positiv inverkan på konsumenterna och en större trygghet byggs upp när det finns faktiska parter som kan gå i god för tjänsten istället för att bli influerade av företagets egen marknadsföring och bild av produkten eller tjänsten. Dessa användningsområden kan användas både på företag mot konsument och företag som har inriktat sig mot andra företag. Användningen sociala medier kan inom

denna sektor kan också förbättra kommunikationen, interaktionen och samarbetet mellan företag (Jussila, Kärkkäinen och Aramo-Immonen 2014). Ett öppnare och bredare forum finns att ta del av. Där företagen och organisationerna kan ta inspiration samt ha nya innovationer och ideér rakt framför sig. På så sätt kan företagen och organisationerna följa med och utvecklas lättare i en tid där innovation och att ligga i framkant är en stor del i receptet för att lyckas.

5 Analys

Dom källor som jag hänvisat till har används till att analysera olika data för att få fram olika resultat. I detta fall är inte resultatet det viktiga, utan den röda tråd som jag försökt och lyckats hitta. Min definition av informatik går att applicera på ovan nämnda exempel på hur företagen använder sig av sociala medier. Användarna i detta fall använder sig av sociala medier för att lättare nå ut till omvärlden och även för att ha ett lättare samarbete användare till användare (Jussila, Kärkkäinen och Aramo-Immonen 2014). I detta fall är det företagen och organisationerna som benämns som användarna och som i sin tur samspelarar med informationsteknologin. i detta fall benämnt sociala medier. Och informatik är per min definition samspelet mellan användare och IT.

6 Diskussion

För att sammanfatta så har jag med hjälp av min definition av informatik kunnat jämföra och implementera det i sammanhanget i det empiriska materialet. Metodiken i sig skulle kunna finslipas med hjälp av fler källor och en större insamling av data. Med mer forskning kring sociala medier hade fler paralleller kunnat tagit fram och en bättre helhetsbild skulle ha framkommit. Det empiriska material som jag haft har tagit fram har varit fullt tillräcklig för att få en snabb bild av informatiken inom företags och organisationers användning av sociala medier. Och hela syftet med studien har blivit uppnått.

Referenser

- Carim, L. Warwick, C. 2013. Use of social media for corporate communications by research-funding organisations in the UK. *Public Relations Review*. 39 (5), 521-525. DOI: [10.1016/j.pubrev.2013.08.006](https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.08.006)
- Dijkmans, C. Kerkhof, P. Beukeboom, C. 2015. A stage to engage: Social media use and corporate reputation. *Tourism Management*. 45, 58-67. DOI: [10.1016/j.tourman.2014.09.005](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.005)
- Göteborgs universitet. 2019. *Kurser vid Göteborgs universitet*.
<https://utbildning.gu.se/kurser/amne/?subject=Informatik> (Hämtad 2019-09-19).
- Holmström, J. Persson, A. 2015. *Informatik: en ämnesöversikt*. Rapport. <http://sisa-org.se/wp-content/uploads/2016/10/Holmstrom-and-Persson-2015.pdf> (Hämtad 2019-09-19).
- Jussila, J. Kärkkäinen, H. Aramo-Immonen, H. 2014. Social media utilization in business-to-business relationships of technology industry firms. *Computers in Human Behavior*. 30, 606-613. DOI: [10.1016/j.chb.2013.07.047](https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.047)
- Svenska informationssystemakademien (SISA). u.å. <http://sisa-org.se> (Hämtad 2019-09-19).
- Umeå universitet. u.å. *Institutionen för Informatik*.
<https://www.umu.se/institutionen-for-informatik/> (Hämtad 2019-09-19).
- Örebro universitet. u.å. *Kurser efter ämnesområden läsåret 2018/2019*.
http://lily.oru.se/studieinformation/kurs_lista.cgi?amnekod=IKA&ga=1.169925667.2071729548.1472450556 (Hämtad 2019-09-19).