



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Gränsdragning i sociala medier

En kvalitativ studie om hur medarbetare hanterar gränsdragningen mellan sin privata respektive professionella roll i sociala medier.

Företagsekonomiska institutionen

Management & Organisation

HT 2016

Kandidatuppsats

Mathias Hjorth 921216

Josefin Jakobsson 911229

Handledare: Petra Adolfsson

Förord

Vi vill först och främst rikta ett stort tack till de intervjupersoner som ställde upp i vår studie och bidrog med värdefullt empiriskt material. Vi vill också tacka vår handledare Petra Adolfsson, som har kommit med givande synpunkter och varit till stor hjälp under uppsatsprocessen.

Göteborg, 12/1-2017

Mathias Hjorth

Josefin Jakobsson

Sammanfattning

Titel: Gränsdragning i sociala medier. En kvalitativ studie om hur medarbetare hanterar gränsdragningen mellan sin privata respektive professionella roll i sociala medier.

Kurs: FEG316 H16 Management, kandidatuppsats

Författare: Mathias Hjorth och Josefin Jakobsson

Handledare: Petra Adolfsson

Introduktion: Sociala medier spelar en allt större roll och det har fört med sig en del förväntningar både när det gäller hur vi ska bete oss i vår professionella roll men också privat. Utmaningar som inte tidigare fanns, har uppstått i takt med den ökade användningen av sociala medier eftersom medarbetare kan använda dem både för privat och professionellt bruk. Plattformer som Facebook har gett upphov till helt nya aktiviteter. Tidigare delade inte medarbetare artiklar om politiskt engagemang på sin fritid och de visade inte heller bilder på sina barn och sitt familjeliv för sina kollegor och andra professionella kontakter.

Syfte: Syftet med denna studie är att studera hur en medarbetaren hanterar sin privata och professionella roll i sociala medier och vad hanteringen av gränsdragningen får för konsekvenser i det professionella livet.

Metod: Studien är baserad på en kvalitativ studie i form av sex stycken intervjuer med medarbetare. Empiriska materialet från intervjuerna har analyserats med hjälp av ett teoretiskt ramverk som upprättats i tidigare forskning.

Slutsats: Slutsatsen som kan dras är att antingen lägger medarbetaren fokus på innehållet eller på vilka kontakter de har i sociala medier. En ytterligare slutsats är också att man måste läsa av andras strategier på sociala medier och förhålla sig till dem samt respektera dem. Vi har kommit fram till att oavsett om medarbetaren använder sociala medier aktivt eller restriktivt kommer det att få konsekvenser, positiva såväl negativa för den professionella yrkesrollen. Vi upptäckte även brister i det teoretiska ramverket.

Nyckelord: Sociala medier, professionella relationer, gränsdragning, medarbetare

Innehållsförteckning

1. Introduktion	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemdiskussion	3
1.3 Syfte & Frågeställning	4
1.4 Avgränsning	5
2. Teori och tidigare studier	5
2.1 Utmaningar med sociala medier	5
2.2 Teoretiskt ramverk	7
2.2.1 Bakgrunden till teoretiska ramverket	8
2.2.2 Konsekvenser för den professionella yrkesrollen: <i>Respekt och tycke</i>	9
2.3 Analysmodell: <i>Fyra förhållningssätt i sociala medier</i>	9
2.3.1 Fyra förhållningssätt	10
2.3.2 Förklaring till tabell och figur	12
2.3.3 Kompetenser och färdigheter i gränsdragningen på sociala medier	14
3. Metod	14
3.1 Studiens forskningsansats	14
3.2 Empirisk studie	15
3.2.1 Urval	15
3.2.2 Intervjupersoner	16
3.3 Metod för datainsamling	16
3.3.1 Kvalitativa intervjuer	16
3.3.2 Intervjuguide	18
3.3.3 Litteraturstudie	18
3.4 Bearbetning	19
3.4.1 Inspelning och transkribering	19
3.4.2 Analysarbete	19
3.5 Etik	20
3.6 Metodkritik	20
4. Empiri och analys	21
4.1 Empiri	21
4.1.1 Anna	21
4.1.2 Beatrice	22
4.1.3 Carl	22
4.1.4 Diana	23
4.1.5 Erik	23
4.1.6 Filip	24
4.2 Analys	24
4.2.1 <i>Hur hanterar medarbetare gränsdragningen mellan sin privata och professionella roll i sociala medier?</i>	25
4.2.2 <i>Vad får hanteringen av gränsdragningen mellan rollerna för konsekvenser i medarbetarnas professionella liv?</i>	29
4.2.3 <i>Kompetenser och färdigheter i sociala medier</i>	33
4.2.4 <i>En vänskap med chefen i sociala medier</i>	34
5. Slutsatser och vidare forskning	36
5.1 Slutsatser	36
5.2 Förslag till vidare framtida forskning	37

6. Källförteckning

39

7. Bilagor

41

1. Introduktion

“En dag kvar av veckan på detta dårhus” (SvD, 2011)

Så uttryckte sig en medarbetare på Volvo på Facebook. Medarbetaren blev därefter uppsagd på grund av att Volvo tyckte den statusen var olämplig. Detta väckte ett intresse för den problematik som sociala medier har medfört för medarbetare. Hur privat kan en medarbetare vara på sociala medier utan att det påverkar det professionella ryktet? Sociala medier har medfört att det en medarbetare uttrycker utanför arbetstid även kan påverka det professionella livet. Detta leder oss också in på hur medarbetare reflekterar kring sina olika roller på sociala medier och hur eller om de upprättar gränser mellan dem.

1.1 Bakgrund

Flertalet olika ämnesområden har behandlat konceptet om gränser och gränsdragning. Kreiner, Hollensbe & Sheep (2006) kommer med en bred definition av konceptet och menar på att gränser syftar på temporära, kognitiva och fysiska gränser som definierar domäner som separata från varandra och definierar olika beståndsdelar inom domänerna. Kreiner m fl (2006) poängterar att gränser inte är några bestämda enheter utan individer kan omförhandla gränserna. Olika typer av relationer såsom intima, sociala och arbetsrelationer, behandlas med hjälp av gränsdragningen. Den här typen av gränsarbete förklarar Nippert-Eng (1996a) handlar om strategier, principer och praxis som vi använder oss av i syfte att skapa, behålla och förändra olika kulturella kategorier.

Tidigare forskning som berör balans mellan arbetsliv och privatliv har riktat uppmärksamhet åt gränsdragning och gränsarbete. Ashforth, Kreiner & Fugate (2000) har lagt fokus på vardagliga rollövergångar som exempelvis att man har olika rollidentiteter när man är i en professionell miljö jämfört med när man är hemma med familj och vänner. Rollövergångarna är gränsöverskridande aktiviteter där man lämnar en roll och träder in i en annan (ibid, 2000). Ashforth m fl (2000) menar på att hur rollerna ordnas sträcker sig från hög grad av segmentering, det vill säga hög kontrast mellan rollerna, till hög grad av integrering, det vill säga låg kontrast mellan rollerna. Vid hög grad av segmentering då är rollgränserna ogenomträngliga och det minskar risken för att gränserna suddas ut. Medan vid hög grad av integrering då är gränserna genomträngliga vilket ökar risken för att rollerna suddas ut. Kreiner, Hollensbe & Sheep (2009) föreslår olika taktiker för gränsdragning som präster använder sig av. De skiljer mellan beteendemässiga, temporära, fysiska och kommunikativa

taktiker. Kreiner m fl (2009) menar på att kampen mellan gränser vad gäller privatliv och arbete är en fråga om identitets kamp. Kreiner m fl (2006) har undersökt gränser mellan olika identiteter och hävdar bland annat att hur väl identiteterna passar är en fråga om individuell uppfattning.

Tidigare forskning har behandlat gränsdragningen mellan arbetsliv och privatliv men har inte riktigt täckt in eller tagit hänsyn till vilken roll teknologin har och i synnerhet vilken roll sociala medier har (Seigert, 2015). Gregg (2011) betonar dock att att teknologin har påverkat vår syn på vad arbetet innebär och hon menar att gränsdragningen mellan privatliv och arbete håller på att suddas ut för medarbetare. Gregg (2011) menar också på att eftersom kontoret numera finns i telefonen har det lett till att många har svårt att lägga arbetet åt sidan när de kommer hem. Vissa upplever bland annat en stress gällande att det finns en förväntan om man ska svara på mail direkt när man får dem.

Sociala medier har kommit att bli ständigt närvarande och den ökade digitala samhörigheten inkräktar på många av livets områden. Utifrån detta menar Seigert (2015) att det är förnuftigt att ta reda på vilka konsekvenser sociala medier har på människor och mänsklig interaktion. Seigert (2015) väljer att definiera sociala medier som olika varianter av plattformar på nätet som gör det möjligt för människor att kommunicera och interagera med varandra. Till exempel Facebook, Twitter och LinkedIn. Tidigare studier har mer berört vilka konsekvenser användningen av sociala medier i arbetet har inneburit, men inte tagit hänsyn till vilka eventuella konsekvenser det medför för gränsdragningen till privatlivet. Den frivilliga användningen av sociala medier privat brukar vanligtvis inte heller räknas som en påverkande faktor vad gäller gränsdragning i professionella relationer (ibid, 2015).

I syfte att stärka forskningen på området sociala medier och arbete har Ollier-Malaterre, Rothbard & Berg (2013) upprättat ett teoretiskt ramverk för hur gränsdragningar kan ske på nätet och i sociala medier. De har kommit fram till fyra olika förhållningssätt för hur man kan hantera sin privata och professionella roll i sociala medier. Ramverket kommer presenteras senare i denna studie.

1.2 Problemdiskussion

Sociala medier spelar en allt större roll och det har fört med sig en del förväntningar både när det gäller hur vi ska bete oss i vår professionella roll men också privat. Det förändrar vårt sätt att arbeta och relatera till arbetet. Sociala medier ställer krav på oss att ständigt interagera, vara tillgängliga och dela med oss av våra privatliv (Gillberg, 2014).

Utmaningar som inte tidigare fanns, har uppstått i takt med den ökade användningen av sociala medier eftersom medarbetare kan använda dem både för privat och professionellt bruk (Seigert, 2015). Plattformar som Facebook har gett upphov till helt nya aktiviteter. Tidigare delade inte medarbetare artiklar om politiskt engagemang på sin fritid och de visade inte heller bilder på sina barn och sitt familjeliv för sina kollegor (ibid, 2015). Seigert (2015) menar också på att sociala medier skapar möjligheter för gränser att suddas ut och att livets olika områden växer samman.

Facebook inbjuder medarbetare både till privat och professionell interaktion. Det kan leda till att medarbetare upplever att deras professionella respektive privata sidor hamnar i konflikt med varandra. Även om medarbetaren inte har en nära relation med sin chef, kollega eller andra professionella kontakter kan de behöva hantera att de är vänner på Facebook (Ollier-Malaterre, 2013). I vardagliga interaktioner, ansikte mot ansikte, kan medarbetare hantera gränsdragningen mellan deras professionella och privata roll genom att själva bestämma hur mycket information av personligt slag som ska delas till professionella kontakter (Goffman, 1956). De kan också bestämma om de ska förstärka eller minska gränserna mellan sin privata och professionella roll, till exempel minska gränserna genom att låta en relation till en kollega övergå i vänskap (Ollier-Malaterre m fl, 2013). Dessa gränser blir dock mer diffusa på sociala medier eftersom information delas till en bredare publik och det är svårt att fullt ut styra vem som får ta del av vad. Informationen är bestående över tid och dessutom sökbar (Boyd, 2007). Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn och andra sociala medier ger dessutom en stor mängd information om varandra som människor inte hade tillgång till förut (Seigert, 2015). När exempelvis två professionella kontakter blir vänner med varandra på Facebook beviljas de omgående tillgång till en uppsjö av information, till och med sådan information som de glömt av existerade om dem. Seigert (2015) förklarar att en stor del av personlig information som kommer fram via sociala medier, ligger utanför individens kontroll. Utöver att vara medveten om vad man själv delar behöver medarbetare hantera den information som andra i deras

nätverk sprider om dem. I sociala medier kan man ha människor från olika kretsar i livet såväl professionella som privata kontakter. Medarbetare behöver därför hantera att det kan finnas en risk att även professionella kontakter kan lägga märke till exempelvis personliga kommentarer från vänner och familjemedlemmar.

Utmaningarna som uppstår handlar med andra ord om att medarbetare måste tänka på hur de beter sig när de använder sociala medier i förhållande till hur professionella kontakter kan uppfatta dem. Ollier-Malaterre m fl (2013) menar därför på att det är synnerligen viktigt att medarbetare besitter färdigheter i att skapa men också att upprätthålla lämpliga gränser mellan sin privata och professionella roll i sociala medier. Seigert (2015) menar också att det inte bara är en fråga om gränsdragningen mellan privatliv och arbete utan hon utvecklar detta ytterligare genom att komma fram till slutsatsen att sociala medier också suddar ut gränserna för vad som är offentligt och privat. Hon hävdar att nu finns det ingenting som är för personligt för att inte dela med sig av.

Den här gråzonen mellan både privat och professionell användning av sociala medier och hur det påverkar gränsdragningen mellan privatliv och arbete, har inte utforskats i särskilt hög utsträckning. Det kan förvisso bero på att sociala medier är ett tämligen nytt fenomen och att det därför finns lite forskning kring hur medarbetare upplever sociala medier. Mot denna bakgrunden blir det intressant att undersöka hur medarbetare hanterar gränsdragningen mellan deras professionella och privata roll i sociala medier men samtidigt även vilka konsekvenser det kan få vad gäller deras professionella relationer.

1.3 Syfte & Frågeställning

Syftet med denna studie är att studera hur en medarbetaren hanterar sin privata och professionella roll i sociala medier och vad det får för konsekvenser i det professionella livet. Det vill säga hur medarbetaren tänker kring gränsdragningen mellan professionella och privata aktiviteter och slutligen ta reda på vilka följder beteendet i sociala medier har inneburit för medarbetare.

Frågeställning:

1. Hur hanterar medarbetare gränsdragningen i sina privata och professionella roller i sociala medier ?
2. Vad får hanteringen av gränsdragningen mellan rollerna i sociala medier för konsekvenser i medarbetarnas professionella relationer i yrkeslivet?

1.4 Avgränsning

Denna studie kommer inte i analysen ta hänsyn till kringliggande aspekter som bransch, yrke, yrkesposition och ålder utan den gemensamma nämnaren är att intervjupersonerna är medarbetare. Chefer kan också räknas som medarbetare men vi har valt avgränsa oss så att medarbetarna som har intervjuats inte är chefer i den organisationen där de är anställda. Med tanke på snäva tidsramen som vi har haft för denna studie är samtliga intervjupersoner bosatta i Göteborg med omnejd.

2. Teori och tidigare studier

2.1 Utmaningar med sociala medier

Den snabba tillväxten av sociala medier har inneburit otroliga möjligheter att utveckla relationer men också i syfte att bevara redan befintliga relationer (Forest & Wood, 2012). Sociala medier har dock medfört en del utmaningar. På sociala medier som Facebook, Twitter och Instagram suddas oftast gränsen mellan professionellt och privat ut eftersom informationen som delas och interaktionerna kan vara av både professionellt och personligt slag (Ollier-Malaterre & Rothbard, 2015).

Oftast berättar vi mer om oss själva till vänner än kollegor och vi klär oss olika när vi ska delta i ett professionellt möte jämfört med när vi är hemma med familjen. Över tid kan också hur mycket och hur personlig information som delas till professionella kontakter finjusteras beroende på vilken relation som man har byggt upp gentemot den professionella kontakten. Däremot kan inte information som delas på sociala medier skraddarsys eller anpassas till en specifik relation på samma sätt (Ollier-Malaterre & Rothbard, 2015).

Ollier-Malaterre & Rothbard (2015) menar på att sociala medier skapar en falsk tro om hur personliga vi ska vara vilket har lett till att människor delar mer än vad de borde. De menar också på att sociala medier uppmuntrar överflödigt delande av informationen och vi får reda på detaljer om andra människor som vi egentligen inte borde veta.

Privata vänner kan exempelvis lägga upp bilder på oss och kommentera det vi lägger upp på Facebook. Det kan vara svårt att kontrollera och bidra till en stress när rekryterare och framtida arbetsgivare undersöker din personliga historik på sociala medier. Det är lätt att negativ information och det som andra gör omedvetet kan försvaga vår professionella trovärdighet (Ollier-Malaterre & Rothbard, 2015). Boyd (2007) menar också på att social medier är som ett stort och osynligt rum av vänner och kontakter från alla möjliga håll. När vi lägger upp en status har vi antagligen bara 5-10 personer i åtanke och glömmer bort den osynliga gruppen av människor, exempelvis att professionella kontakter kan se det. Den stora mängd information om oss och våra allt bredare sociala nätverk leder till att länkar vi delar, kommentarer vi skriver och sidor vi gillar kommer att vara tillgängliga för de människor som vi kommunicerar med men också den osynliga publiken som vi inte vanligtvis tänker på. Medarbetare vet helt enkelt inte om vem som får ta del av vad (Ollier-Malaterre & Rothbard, 2015).

Medarbetare kan behöva skämmas över personliga kommentarer av vänner och familjemedlemmar eftersom även deras professionella kontakter kan lägga märke till dem. Ett exempel: När Emily hade fått ett nytt jobb skickade hon ett sms till en vän. Den här vännen gratulerade sedan Emily på hennes Facebook tidslinje. Emily hade dock inte berättat för chefen om detta och eftersom han hade fått syn på inlägget blev han upprörd när de sedan stötte på varandra på jobbet. Det här typen av oönskad spridning av information kan vara svårt att förhindra eftersom det är svårt att kontrollera interaktioner på sociala medier i tid, innan redan för stor skada har skett (Ollier-Malaterre & Rothbard, 2015).

I interaktioner som sker i det fysiska rummet kan människor uttyda sociala tecken som ansiktsuttryck, kroppsspråk och tonläge. Dessa hjälper oss att skapa sociala normer för hur vi ska bete oss i sociala interaktioner. Den här sortens sociala tecken existerar inte på samma sätt på sociala medier vilket skapar svårigheter gällande hur man ska bete sig (Ollier-Malaterre m fl 2013).

I yrkesrollen som man har följer ofta en rad förväntningar och tydliga normer om vad som anses vara lämpligt professionellt beteende (Pratt, Rockmann & Kaufmann, 2006). Om dessa inte hörsammas utan medarbetare istället uppför sig på ett sätt som anses olämpligt riskerar denne att förlora de professionella kontakternas respekt. Å andra sidan kan medarbetares

professionella kontakter ibland efterfråga och uppskatta att se aspekter av den anställdes personlighet eftersom det tenderar göra denne mer omtyckt (Collins & Miller, 1994). Om medarbetare kan dela med sig av personlig information till andra utan att bryta mot de professionella normer som kan råda, då kommer de att bli mer respekterade och omtyckta av professionella kontakter (Ollier-Malaterre m fl, 2013). Studie visar också på att det som delas i sociala medier kan påverka individers intryck av andra (Forest & Wood, 2012). Jobsökande bör vara försiktig gällande vad man publicerar på sociala medier då de kan komma att bli bedömda utifrån vad deras profiler innehåller. En studie visar på att jobsökande vars Facebook-profil innehöll familje- och professionellt orienterat material ökade sina chanser att bli erbjuden jobb medan de vars profiler innehöll olämpligt material som exempelvis alkoholrelaterade bilder minskade sina chanser (Bohnert & Ross, 2010). Det är inte bara potentiella arbetsgivare som kan kika på profilerna i sociala medier, även kollegor, chefer och andra professionella kontakter. Detta gör det ännu svårare att hantera sitt professionella rykte eftersom information som du möjligtvis delar inte var avsedd för professionella kontakter. Professionella kontakter tar också informationen ur sin kontext. Människor läser statusuppdateringar och drar slutsatser enbart utifrån dem. Allt vi gör på sociala medier som varje liten text, bild eller video som vi delar och varje handling som att gilla en viss sida eller acceptera en vänförfrågan kan komma att påverka vårt professionella rykte och yrkesliv (Ollier-Malaterre & Rothbard, 2015).

2.2 Teoretiskt ramverk

I det här avsnittet kommer ett teoretiskt ramverk presenteras som beskriver gränsdragningar på sociala medier. Ollier-Malaterre m fl (2013), författarna till ramverket, föreslår att hur medarbetare betar sig vad gäller gränsdragning beror på om de vill segmentera eller integrera sin professionella och privata roll och om de har som motiv att framställa sig på ett självförbättrande eller självverifierande sätt i sociala medier. Utifrån detta har Ollier-Malaterre m fl (2013) identifierat fyra olika förhållningssätt som ligger till grund för hur man betar sig i sociala medier och i slutändan hur detta beteende påverkar i vilken grad medarbetarna blir respekterade och omtyckta av professionella kontakter. Dessa förhållningssätt benämns som: Öppet, publikt, innehåll och hybrid.

Vi kommer först att redogöra för hur begreppen segmentera och integrera samt självförbättra och självverifiera ligger till grund för ramverket. Sedan väver vi in respekt och tycke som

Ollier-Malaterre m fl (2013) menar beskriver konsekvenser för den professionella yrkesrollen. Slutligen presenteras kännetecken samt förhållandet till ovannämnda begrepp.

2.2.1 Bakgrunden till teoretiska ramverket

Segmentera eller integrera kontakter i sociala medier (vilka de kommunicerar med)

Det här avsnittet handlar om vilka kontakter medarbetare kommunicerar med i sociala medier. Det handlar mer specifikt om medarbetare segmenterar eller integrerar sina professionella och privata roller. Det vill säga om de vill dra gränser (segmentera) eller öppna gränser (integrera) mellan kontakterna.

De medarbetare som gärna segmenterar sina professionella och privata roll kommer troligen att anstränga sig mer för att hålla olika kategorier av kontakter åtskilda i sina sociala medier. Medarbetare som försöker särskilja sina olika roller kan känna sig obekväma vad gäller att lägga upp familjebilder i sociala medier om deras professionella kontakter kan tänkas kunna se dem.

Medarbetare som integrerar bryr sig inte om att hantera sin publik i sociala medier på det här sättet. De har istället en stor spridning av såväl privata som professionella kontakter. Sammanfattningsvis kan man konstatera att "segmenterare" är mer benägna att dra gränser mellan professionella och personliga kontakter i sociala medier än vad "integrerare" är.

Verifiera eller förbättra bilden av sig själv i sociala medier (vad de kommunicerar)

Handlar om hur medarbetare väljer att framställa sig själva till omvärlden på ett sätt som antingen verifierar eller förbättrar den befintliga självbilden.

När medarbetare vill ge en positiv och socialt önskvärd bild av sig själv talar man om självförbättring det vill säga att man vill förbättra den positiva bilden och undvara negativ information så gott det går. Det kan betyda att medarbetare anpassar informationen som de delar i sociala medier, men även har god insyn vad andra delar om dem. Syftet är att ge positiva intryck till alla kontakter som medarbetaren har i sociala medier.

Om medarbetare beter sig på ett sätt som bekräftar såväl den positiva som negativa självbilden benämns det som självverifiering. När detta är drivkraften vill medarbetaren

bekräfta den redan existerande självbilden. Medarbetare kan stödja både positiv och negativ information som delas, så länge den är förenlig med deras självbild.

2.2.2 Konsekvenser för den professionella yrkesrollen: *Respekt och tycke*

Ollier-Malaterre m fl (2013) menar att en faktor till huruvida medarbetare blir respekterade och omtyckta av sina professionella kontakter beror på hur skickliga de är på att hantera sina professionella respektive privata roller i sociala medier. Medarbetare behöver bland annat ta hänsyn till professionella normer och förväntningar som råder i yrkesrollen och inte bete sig på ett sätt i sociala medier som strider mot dem.

Respekt och tycke, bidrar tillsammans till relationsbyggande, engagemang och samarbete vilket i sin tur leder till ökad beslutsfattning och prestanda i det professionella livet. Ollier-Malaterre m fl (2013) menar på att begreppen respekt och tycke är relevanta i avseende att beskriva professionalitet. Det är önskvärt att få ökad respekt och ökat tycke i professionella kontakterns ögon. Minskad respekt och tycke kan leda till att en person upplevs oansvarig och oprofessionell vilket kan skapa problem i yrkeslivets professionella relationer. Nedan följer en definition av begreppen, som Ollier-Malaterre m fl (2013) har valt att göra i sitt ramverk.

Respekt: Det beskrivs som positiv hänsyn och anslutning till en annan person. Respekt är baserat på lämplig och intellektuell information. Respekt är en nyckelkomponent i upplevd kompetens som bidrar till att upprätthålla en positiv social identitet.

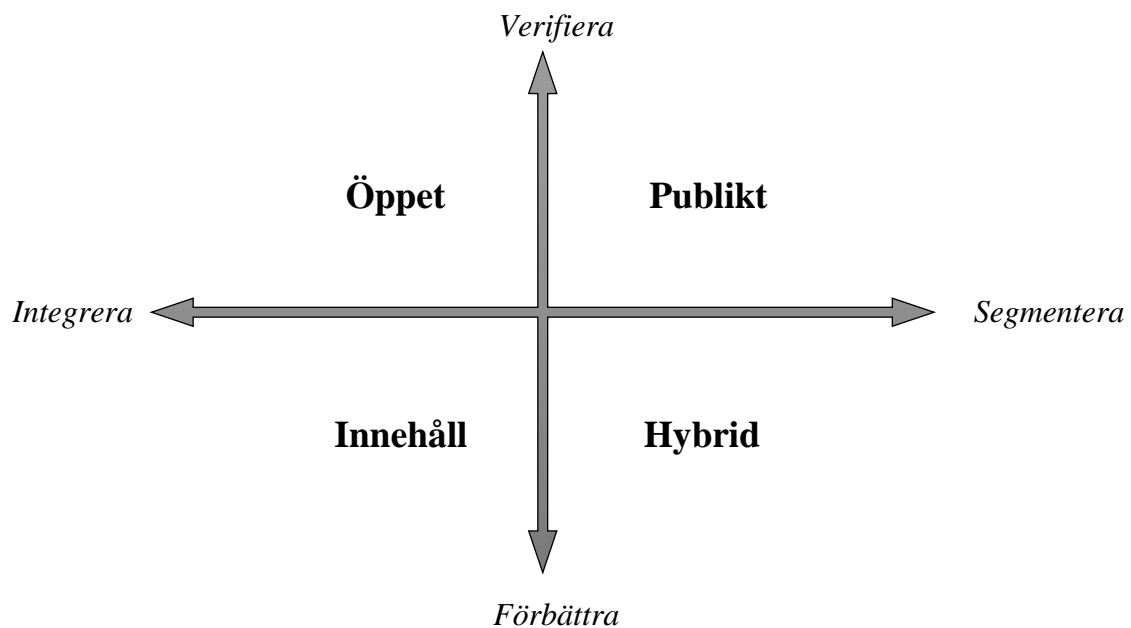
Tycke: Tycke är bedömningar baserade på gemensam information såsom "värme". Det bidrar till förtroendefulla relationer och vänskap i arbetet. Man känner en mer emotionell koppling till personen, eftersom man antagligen delar samma värderingar, intressen eller åsikter.

2.3 Analysmodell: Fyra förhållningssätt i sociala medier

Studiens empiri kommer att analyseras utifrån de fyra olika förhållningssätt som Ollier-Malaterre m.fl upprättat med hjälp av begreppen segmentera eller integrera och verifiera eller förbättra. Begreppen ligger till grund för hur empirin kommer att analyseras och de fyra förhållningssätten används som en hjälp till att förstå kopplingen mellan dem.

Förhållningssätten visar fyra olika personligheter och hur de väljer att antingen segmentera eller integrera den privata och professionella rollen, likaså om de väljer att verifiera eller

förbättra sin roll i sociala medier. Slutligen säger ramverket vilka beteenden som gynnas i professionella sammanhang i relation till begreppen respekt och tycke samt att de beteenden som gynnas även kräver en viss ansträngning från individen.



Egen figur 1A) *Fyra förhållningssätten med koppling till begreppen och förhållandet mellan dem.*

2.3.1 Fyra förhållningssätt

Öppet

En person som föredrar att **integrera** sin privata och professionella roll. Aktiviteterna är **själverifierande** och kan vara både positiva och negativa. Utmaningen för en person med öppet förhållningssätt är att stå till svars för utmaningar som den mer diffusa gränsdragningen mellan professionellt och privat innebär.

Publikt

Personen med ett publikt förhållningssätt föredrar att **segmentera** sin privata och professionella roll. Detta kan betyda att personen konstruerar endast privata konton i sociala medier och avböjer eller ignorerar vänförfrågningar av professionella kontakter. Personen

delar privata och personliga **sjävverifierande** aktiviteter dock endast till en sluten privat publik.

Innehåll

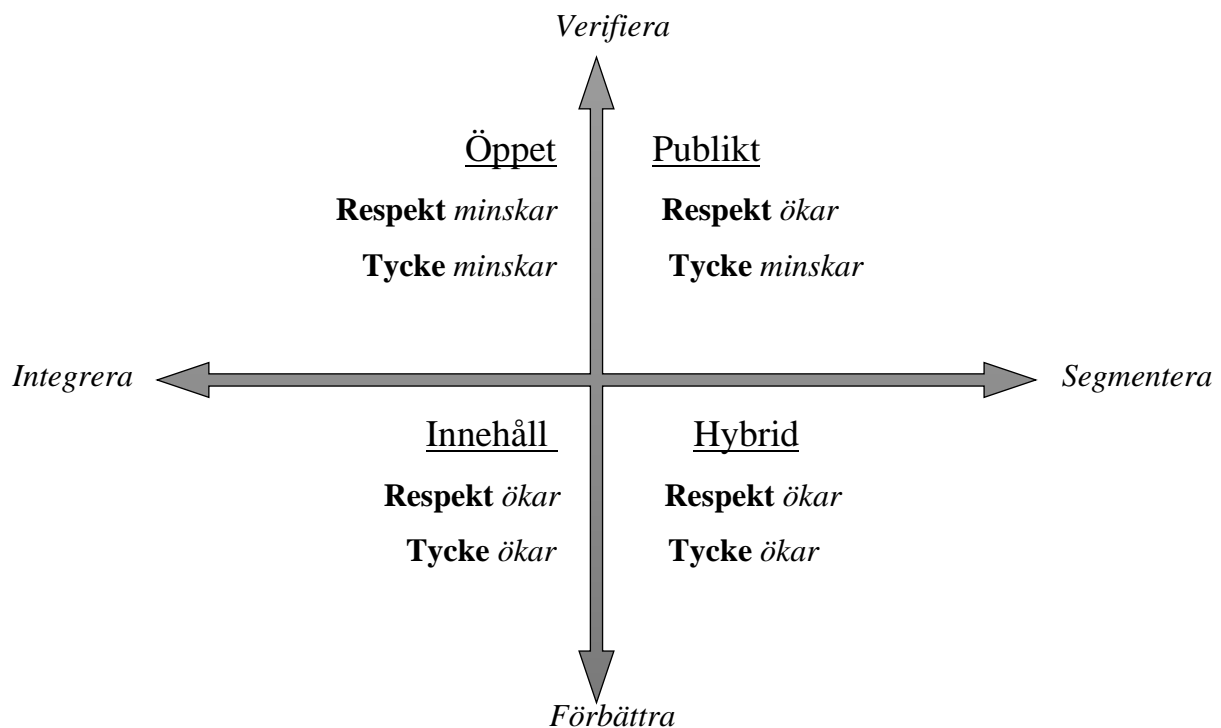
Personen med det innehållsbaserade förhållningssättet väljer att **integrera** sin privata och professionella roll men är noggrann med vilken information som delas i sociala medier. Personen kontrollerar bilden som återges i **självförbättrande** syfte och den delar exempelvis inte med sig av information som kan uppfattas stötande. Personen visar upp professionella aktiviteter som den är stolt över och aktiviteter från privatlivet som anses vara önskvärda. Den här personen integrerar med andra ord sina privata och professionella kontakter för att öka sin status ur bådass ögon.

Hybrid

Det hybrid-baserade förhållningssättet kan ses som en samverkan mellan det publika och det innehållsbaserade. Personen vill återge en **självförbättrande** bild i sociala medier men vill **segmentera** sin privata och professionella roll. På så vis ser personen hela tiden till att matcha sitt innehåll mot en speciell kategori. Man vill exkludera alla professionella kontakter ifrån privata aktiviteter och skapar därav listor och kategorier för att separera informationen. Personen med det hybridiserade förhållningssättet känner av om en konversation är av privat eller professionellt slag och avstår från att kommentera om det skulle kunna leda till pinsamhet.

2.3.2 Förklaring till tabell och figur

Kommande figur (1B) kommer att redogöra för de fyra förhållningssätten och hur respekt och tycke antingen ökar eller minskar för varje förhållningsätt. Det är av den anledningen vi tycker att förhållningssätten fungerar som en bra guide för konsekvenser i den professionella rollen. Vi anser det vara väsentligt att se till huruvida personen väljer att segmentera eller integrera i förhållande till verifiera eller förbättra då deras olika samverkan påverkar konsekvenserna enligt ramverket (*respekt & tycke*). Exempelvis har en person som verifierar och segmenterar på sociala medier (*publik*) inte samma fördelar i sitt yrkesliv som en person som förbättrar och segmenterar (*hybrid*).



Egen figur 1B) Respekt och tycke för varje förhållningssätt.

Tabell 1 på nästföljande sida visar konkreta exempel på hur de olika synsätten kan skilja sig åt i vilka kontakter man lägger till och vad man delar för information i sociala medier. Den presenterar även hur respekt och tycke minskar eller ökar för den professionella rollen i förhållande till beteendet på sociala medier (Ollier-Malaterre m fl 2013).

Ex: Beteende i sociala medier

Konsekvenser i professionella sammanhang

Öppet	<p>Vilka: Personen har en öppen profil i sociala medier som vem som helst kan besöka, privata och professionella kontakter.</p> <p>Vad: Lämnar ut både positiv och negativ information till alla kontakter utan närmare eftertanke.</p> <p>Sekretessinställningar : Låter alla kommentera statusar, delningar och låter sig bli taggad i bilder.</p> <p>Undviker att dela: Personen är ofiltrerad och kan dela vad som helst.</p>	<p>Respekt minskar: Personen föredrar att dela information på ett ofiltrerat vis och det kan det anses oansvarigt. Exempelvis nämns ett exempel om en ung anställd som var vän med sin chef i sociala medier. Den anställde hade öppet klagat på sin chef i oprofessionella termer vilket ledde till uppsägning.</p> <p>Tycke minskar: Beteende kan vara riskfyllt då en stor mängd självutlämnande information delas. Tycke i en relation uppstår ofta vid gemensamma intressen och värderingar. Om man delar med sig av en stor mängd av intressen och åsikter i sociala medier finns det en risk att alla professionella kontakter inte håller med i det som sägs.</p>
Publikt	<p>Vilka: Personen har en privat profil och ignorerar eller nekar förfrågningar från professionella kontakter.</p> <p>Vad: Använder olika sidor för att separera information till olika grupper. Ex: LinkedIn för professionella kontakter och Facebook för privata kontakter.</p> <p>Sekretessinställningar: Använder exempelvis "smeknamn" på sociala medier eller gör profilen osökbar.</p> <p>Undviker att dela: Information som kan påverka personen negativt, såsom kontroversiella och provocerande åsikter.</p>	<p>Respekt ökar: Beteendet skyddar personen från minskad respekt då professionella kontakter inte riskerar att se överflödigt självutlämnande privat information. Det kan exempelvis handla om festbilder som personen inte vill exponera. Att inte dela aktiviteter av detta slag kan öka personens trovärdighet och tillit till att hantera rationella beslut.</p> <p>Tycke minskar: Att ignorera eller neka vänförfrågningar i sociala medier kan dock innebära negativa konsekvenser i det sociala livet på arbetsplatsen. De professionella kontakterna kan känna sig exkluderade från personen liv, vilket kan minska tycke och då även tillit i relationen.</p>
Innehåll	<p>Vilka: Blandning av professionella och privata kontakter.</p> <p>Vad: Delar bara information som anses vara gillbar, såsom fina semesterbilder och lyckade aktiviteter.</p> <p>Sekretessinställningar: Kontrollerar taggar i bilder, inlägg och kommentarer så att de stämmer överens med bilden man vill återge.</p> <p>Undviker att dela: Kontroversiell fakta. Till exempel religion, sexuell läggning, politiska åsikter etc.</p>	<p>Respekt ökar: Detta beteende väljer att sortera bort aktiviteter som kan upplevas stötande och det skyddar från eventuell negativ påverkan, vilket leder till ökad respekt. Förhållningssättet anses gynna både den professionella och privata rollen då de integreras med varandra.</p> <p>Tycke ökar: På grund av att personen är selektiv kan de utvalda gillbara privata aktiviteterna stärka relationer och "tycke" från de professionella kontakterna. Relationen med de professionella kontakterna berikas genom ömsesidigt utbyte av relevant information. Det kan stärka bandet dem emellan genom att exempelvis gilla och kommentera varandras bilder.</p>
Hybrid	<p>Vilka: Både professionella och privata kontakter på sociala medier arbetar för att separera dem eller ha dem konsekvent på olika plattformar.</p> <p>Vad: Delar privat och professionell information men ser till att rätt person nås av rätt information.</p> <p>Sekretessinställningar: Ser till att en grupp och kategori endast har tillgång till en viss typ av information. (Exempelvis en kategori med bara professionella kontakter).</p> <p>Undviker att dela: Delar inte information där det finns en risk att fel personer nås. Rensar konstant sin profil från sådant som kan upplevas integrera det privata och professionella kontakterna.</p>	<p>Respekt ökar: Likt personen med det innehållsbaserade förhållningssättet ökar respekten i professionella sammanhang då personen väljer att dela självförbättrande information. Eftersom beteendet ser till att exkludera professionella kontakter från privata aktiviteter kan de inte påverkas av dem.</p> <p>Tycke ökar: Eftersom att personen skraddarsyr vilken information som delas mot olika kategorier ökar tycke i varje kategori. Till exempel kan det innebära en kategori endast består av professionella kontakter och inom den kategorin delas endast det som kan uppfattas på rätt sätt av dem.</p>

Egen tabell 1: Beteende i sociala medier och konsekvenser för det professionella livet

2.3.3 Kompetenser och färdigheter i gränsdragningen på sociala medier

Det som kan utläsas ur både figur 1B och tabell 1 är att de förbättrande beteendena såsom det innehållsbaserade och hybridbaserade förhållningssättet i sociala medier ger mer positiva konsekvenser än de verifierande det vill säga det öppna och publika förhållningssättet. Ollier-Malaterre m fl (2013) menar att både respekt och tycke ökar hos professionella kontakter för de personer som har ett hybrid- eller innehållsbaserat förhållningssätt det vill säga de som aktivt försöker förbättra bilden av sig själva på olika sätt.

Däremot kräver de innehålls- och hybridbaserade förhållningssätten mer ansträngning, tid och tekniska färdigheter. Om personen inte besitter färdigheter i att hantera tekniken och gränsdragningen kan det ge motsatt effekt och alltså inte generera ökat tycke och respekt. Personen vill konstant återge en självförbättrande bild därför kräver alla aktiviteter i sociala medier mer tankeverksamhet. Exempelvis kan personen inte glömma av sin osynliga publik, det vill säga de professionella kontakterna och dela information som kan riskera att minska respekt och tycke i deras ögon (ibid, 2013).

Eftersom att den grundlägganden tanken med sociala medier är att transparent dela med sig av information kräver det öppna och publika förhållningssättet inte så mycket ansträngning. En person med ett publikt beteende behöver ibland ställa sig inför valet om de ska avböja eller acceptera en vänförfrågan men det kräver inte mycket mer ansträngning än så. Det öppna förhållningssättet benämns som i princip ofiltrerat vilket inte kräver så mycket av personen då den inte är särskilt noga med hur den uppfattas (ibid, 2013).

3. Metod

I det här avsnittet kommer vi att beskriva vårt tillvägagångssätt för denna studie. Med utgångspunkt i olika metodteorier beskriver vi studiens forskningsansats, urval, metod för datainsamling och bearbetning av intervjumaterialet. Vi behandlar även etiska aspekter och metodkritik.

3.1 Studiens forskningsansats

Val av metod beror på vad forskningen vill ha svar på. Vetenskapliga undersökningar utgår från olika vetenskapsteoretiska synsätt. Man brukar skilja mellan två olika uppfattningar, positivistisk och tolkande (hermeneutisk) kunskapssyn. Dessa är sedan av betydelse för om man väljer en kvantitativ eller kvalitativ metod (Lind, 2014). För att uppnå syftet med den här

studien kommer kvalitativ metod att lämpa sig bäst. Vi vill få en djupare förståelse för hur medarbetare hanterar gränsdragningen mellan sin professionella och privata roll i sociala medier och vi är nyfikna på medarbetares upplevelser och syn på fenomenet. Vid kvalitativ metod finns det ett intresse av att beskriva, förklara och tolka (Ahrne, 2011), vilket ytterligare motiverar metodvalet.

3.2 Empirisk studie

3.2.1 Urval

Vid val av intervjupersoner tillämpade vi ett så kallat bekvämlighetsurval det vill säga personer valdes ut eftersom de fanns tillgängliga för oss och hade möjlighet att ställa upp (Bryman & Bell, 2013). Vid kvalitativ forskning är det vanligt med ett begränsat antal intervjupersoner eftersom att varje intervjuperson undersöks detaljerat och det finns inte en strävan efter statistisk generaliserbarhet som vid kvantitativ forskning. Däremot är det av stor betydelse att hitta intervjupersoner som kan bidra med så relevant och rik empirisk information som möjligt i relation till de forskningsfrågor som studien avser att besvara (Lind, 2014).

Urvalet för denna studie bestod av sex stycken intervjupersoner. Vid urvalsprocessen hade vi två kriterier som vi utgick från vid bedömning av hur lämpliga intervjupersonerna var för vår studie. Dessa två bedömningskriterier bestod dels av att de är arbetande medarbetare och att de använder sig av sociala medier i någon utsträckning. Det är viktigt för studien att intervjupersoner har en professionell roll i någon utsträckning för att kunna relatera till den problematik som sociala medier kan medföra och därmed vara relevanta för att besvara frågeställningen. Faktorer som bransch, ålder och kön har förbisetts eftersom hur medarbetare hanterar gränsdragning i sociala medier står i fokus i avseende att besvara studiens syfte och frågeställningar. Vi har inte som avsikt att jämföra eventuella olikheter mellan intervjupersonerna. Anledningen till det begränsade antalet personer berodde på att intervjuerna var detaljerade och djupgående samt eftersom analysarbetet av insamlad material var omfattande och noggrant. Sex stycken intervjupersoner är få till antalet men tillräckligt eftersom vi under de sista intervjuerna uppnådde ett mönster som inte tillförde mer komplexitet utan endast ytterligare exempel.

Den insamlade datan var tillräcklig för såväl analysarbete och för att besvara syfte och frågeställningar vilket på så sätt ytterligare motiverar att urvalet endast omfattar sex stycken intervjupersoner.

3.2.2 Intervjupersoner

Intervjuperson	Intervjutillfälle
A: Anna	28/11-16 Förmiddag
B: Beatrice	28/11-16 Kväll
C: Carl	29/11-16 Kväll
D: Diana	1/12-16 Eftermiddag
E: Erik	1/12-16 Kväll
F: Filip	5/12-16 Eftermiddag

Egen tabell 2: *Intervjupersonerna*

Vi bestämde oss för att anonymisera intervjupersonerna vilket innebär att namnen ovanför är påhittade. Vi upplever det lättare att komma ihåg respektive person om de har ett namn istället för en bokstav eller siffra. Intervjuperson A fick ett namn som började på A och så vidare. Vi har inte lagt vikt vid kön under varken val av intervjuperson eller under analysarbete. Tidigare studier har inte indikerat att eventuella skillnader mellan kön är av vikt. (Ollier-Malaterre m fl, 2013). Det ska också tilläggas att de påhittade namnen är de som kommer att användas härnäst i denna studie. Inför framtida studier vill vi nämna att intervjupersonerna befinner sig i åldersspannet 20-30 år, även om vi inte har tagit hänsyn till skillnader i beteende mellan åldrar i denna studie.

3.3 Metod för datainsamling

3.3.1 Kvalitativa intervjuer

Den vanligaste metoden vid kvalitativ forskning är intervjuer. Anledningen till att intervjuer är en populär metod för datainsamling för kvalitativa forskare beror på att intervjuer är flexibla. Intervjuandet, transkribering av intervjuer och slutligen analys av dem är förvisso tidskrävande processer men de går samtidigt att anpassas till forskarens personliga liv, till skillnad från exempelvis observation som inte alls innebär samma flexibilitet (Bryman &

Bell, 2013). Detta har tagits i beaktande och intervjuer kan anses vara en lämplig metod vid kvalitativa studier.

Fyra av intervjuerna genomfördes i en lugn kontors- och hemmamiljö men intervjuerna med Diana och Filip genomfördes på caféer då inga andra lokaler fanns till vårt förfogande. I cafémiljöer kan buller, oljud från maskiner och andra störande ljud påverka ljudinspelningen och göra den ohörbar (Bryman & Bell, 2013). På grund av detta valde vi caféer som inte var helt fullbelagda och satte oss så avskilt som möjligt. När man sitter i en offentlig miljö som på ett café kan intervjupersonen behöva oroa sig för att någon kan höra det som sägs under intervjun. Det här motverkade vi genom att sitta avskilt och genom att stämna av med intervjupersonerna om att det gick bra att genomföra intervjun på ett café och under dessa premisser. Innan intervjuerna på caféerna påbörjades så testade vi ljudkvaliteten för att säkerställa att det gick att höra vad som sades. När dessa två intervjuer transkriberades upplevde vi inte några svårigheter att höra vad intervjupersonen sa, trots att enstaka störande ljud förekom under inspelningen. Längden på intervjuerna varierade mellan 45 min till drygt en timme. Innan intervjuerna ägde rum formulerades en intervjuguide. Ordningföljden av intervjufrågor följdes i stort sett men det hände att vi som intervjuare behövde frånga den genom att ställa följdfrågor eller frågor som knöt an till något som intervjupersonen hade sagt tidigare. Intervjuerna var på så vis semistrukturerade (Bryman & Bell, 2013). Vid varje intervjutillfälle var vi två intervjuare. Det hade varit mer tidseffektivt att dela upp intervjuerna sinsemellan men å andra sidan finns det en rad fördelar med att vara mer än en intervjuare vilket gjorde att vi valde att vara två. En av intervjuarna intog en mer aktiv roll och den andra var mer passiv. Den passiva intervjuaren lyssnade och skapade sig en helhetsbild av hur intervjun utvecklades samt inflikade när det var av betydelse att ändra riktning av intervjun eller sondera mer på en specifik fråga. Flera intervjuare kan dessutom leda till att atmosfären blir mer avslappnad eftersom intervjun mer liknar en diskussion mellan tre personer (Bryman & Bell, 2013).

Vid kvalitativ forskning är det intervjupersonens uppfattningar och synsätt som står i fokus. Därav kan kvalitativa intervjuer ha en tendens att att följa samma riktning som intervjupersonens svar vilket också är önskvärt för kvalitativa studier till skillnad från kvantitativa studier. Intervjupersonen får uttrycka vad han eller hon anser är relevant och viktigt med koppling till forskningsfrågorna och forskningsområdet. Bryman & Bell (2013) lyfter fram en del tips som vi tog till oss för att intervjuerna skulle bli så bra som möjligt. Vi

var strukturerade i det avseendet att vi hade en tydlig inledning och avslutning där vi började med att beskriva syftet med intervjun och avrundade genom att undra om intervjupersonerna hade några frågor. Vi var också noggranna med att intervjupersonerna fick komma till tals och vi visade hänsyn genom att låta dem tala till punkt och ge dem att möjlighet att i tystnad få tänka efter i sina svar.

3.3.2 Intervjuguide

Vid utformning av intervjuguiden tog vi hänsyn till de råd som Bryman & Bell (2013) föreslår. Bryman & Bell (2013) menar bland annat att det är av betydelse att först välja ut olika intervjuteman och sedan formulera intervjufrågor under varje tema. Det är också viktigt att utvalda teman har en röd tråd så att frågorna kommer i en bra ordningsföljd även om den kan skifta under intervjuernas gång. Intervjufrågorna ska inte heller vara för snävt ställda eftersom de kan hämma alternativa idéer men också eftersom kvalitativ forskningsprocess fokuserar på hur intervjupersonerna uppfattar sin värld.

Till att börja med urskiljde vi tre olika teman som dels går ihop med våra specifika frågeställningar men som också utgår från det teoretiska ramverket. Intervjuguiden inleds med allmänna frågor om sociala medier som har som avsikt att leda oss in på de specifika teman som intervjun omfattar. Första temat inriktar sig på personer det vill säga hur intervjupersonerna resonerar kring vilka kontakter de har i sociala medier. Andra temat lägger istället tonvikten på innehåll det vill säga vad som kommuniceras i sociala medier. Tredje temat behandlar slutligen frågor om vilka konsekvenser detta ger upphov till i det professionella yrkeslivet.

Bryman & Bell (2013) påstår att forskare som har en tydlig bild för hur analysen ska göras troligen använder sig av en striktare struktur som semistrukturerade intervjuer. De olika teman som valdes ut med hjälp av det teoretiska ramverket underlättade i sin tur analysarbetet efter intervjuerna. Det underlättade på så sätt att vi kunde gå tillbaka till varje tema och hitta en tydlig koppling för att kunna besvara frågeställningarna.

För fullständig intervjuguide se bilaga 8.

3.3.3 Litteraturstudie

I upptakten av denna studie genomfördes en litteraturstudie för att få inblick i vad tidigare forskning har berört. Vi gjorde sökningar efter vetenskaplig litteratur kring ämnesområden

som rör gränsdragning, professionella relationer och sociala medier. Stor mängd av tidigare litteratur har behandlat gränsdragningen mellan arbetsliv och privatliv men inte utifrån perspektivet sociala medier. Ollier-Malaterre m fl (2013) har dock utarbetat ett teoretisk ramverk för gränsdragningsbeteende i sociala medier med professionella livet som utgångspunkt. Seigert (2015) menar att andra forskare utöver Ollier-Malaterre m fl (2013) inte riktigt har testa modellen empiriskt.

Ramverket utgör en viktig del i denna studie och fungerar som analysmodell.

Vetenskapliga artiklar hämtades från Göteborgs Universitets bibliotek och de böcker som har använts lånades på Göteborgs stadsbibliotek.

3.4 Bearbetning

3.4.1 Inspelning och transkribering

Samtliga intervjupersoner godtog att intervjuerna spelades in och färdiga intervjuer transkriberades. Inspelning och transkribering är nödvändigt i syfte att kunna göra en så detaljerad analys som möjligt. Det möjliggör för oss att gå igenom intervjupersonernas svar flera gånger och förbättrar vårt minne om vad intervjupersonerna faktiskt sa. Fördelen är också att man på så sätt kan fånga speciella uttryck och fraser som intervjupersonerna använder sig av och därmed citera ordagrant vad de sa (Bryman & Bell, 2013).

Inspelning och transkribering kan också förknippas med en del nackdelar. Inspelning kan också kräva både en lugn miljö och bra utrustning som vi tidigare har diskuterat.

Transkribering är dessutom en tidskrävande process (Bryman & Bell, 2013). Å andra sidan involverade intervjuerna endast sex stycken personer vilket gjorde transkribering inte blev så krävande tidsmässigt. Vi transkriberade tre stycken intervjuer var.

3.4.2 Analysarbete

Efter att varje intervju transkriberades var det nödvändigt att sammanfatta varje intervju för att ta fram de mest relevanta varje intervjuperson sagt under varje tema som intervjun behandlade. Dessa teman underlättade för oss att välja ut det som var relevant för kunna besvara varje frågeställning. Sammanfattningarna innehöll alltså de citat och beskrivningar som tydligt kunde avgöra om intervjupersonen segmenterade eller integrerade privat och professionell roll samt hur de ville framställa sig själva i sociala medier. Analysen påbörjades sedan med hjälp av citat och beskrivningar från intervjupersonernas berättelser för att stödja de resonemang som förs. Analysens resonemang bygger på ramverkets begrepp och därför

underlättade det att hela tiden jämföra ramverkets antydningar med vårt empiriska material. Ramverket redogör för fyra olika förhållningssätt som vi tagit hjälp av i analysen för att kunna dra paralleller mellan de olika begreppen. Dock har inte vi haft som mål att placera varje intervjuperson i ett specifikt förhållningssätt utan de har varit ett hjälpmedel för att sortera information och kunna dra slutsatser mellan olika beteenden.

3.5 Etik

Bryman & Bell (2013) lyfter fram olika etiska principer som man måste ta ställning till vid företagsekonomisk forskning. De medverkande måste informeras om det faktiska syftet med studien och hur materialet kommer att hanteras samt sitt frivilliga deltagande för att kunna ge sitt samtycke till sin medverkan. De ska också erbjudas möjligheten att kunna avbryta sitt deltagande. Forskare måste värna om personens integritet och därför finns det etiska koder som handlar om konfidentialitet och anonymitet. Deltagarnas identitet och vem som har sagt vad måste behandlas på ett konfidentiellt sätt. Individer och organisationer får inte skrivas ut om inte deltagaren har gett sitt godkännande.

Att handla i enlighet med dessa etiska aspekter var något som vi tog stor hänsyn till. Innan intervjuerna ägde rum informerade vi klart och tydligt om studiens syfte, talade om att deltagandet var helt frivilligt och att de när som helst kunde avbryta intervjun. Ingen av de sex intervjupersonerna valde att utnyttja den möjligheten. Redan i förväg bestämde vi oss för att alla intervjupersoner skulle anonymiseras vilket också meddelades. Precis innan intervjun drog igång bad vi om intervjupersonernas tillåtelse att spela in intervjuerna och alla accepterade detta. Under två av intervjuerna poängterade intervjupersonerna särskilt att vi inte kunde publicera vissa delar av det som sades. Det rörde sig framförallt om detaljer som hade kunnat avslöja intervjupersonerna och kopplas till företagen som de jobbar på. Detta respekterade vi givetvis till fullo.

3.6 Metodkritik

Kvalitativa studier ifrågasätts på så vis att studierna bygger på forskarnas egna systematiska uppfattningar och vad som är betydelsefullt för dem. Forskaren står i centrum för studien då det som observeras och registreras bygger till stor del på hans eller hennes intressen (Bryman & Bell, 2013). Denna studie är byggd på författarnas tolkningar och upplevelser av det som sagts under intervjuerna.

Kvalitativa studiers resultat är ofta svåra att generalisera då de anses vara beroende av den situation empirin undersökts i. Om en studie görs på personer inom ett visst område eller organisation är det omöjligt att generalisera resultaten på andra områden (Bryman & Bell, 2013). Vi har i denna studie inte fokuserat på att välja intervjupersoner inom ett visst området eller inom en viss organisation för att undvika allt för lika personligheter. Vår studie är därav inte representativ för en målgrupp utan enbart för att besvara forskningsfrågorna. Dock på grund av ett litet urval blir det trots det svårt att generalisera studiens resultat. En annan anledning till att vi inte valt att fokusera på specifik bransch eller målgrupp beror på att forskningen inom detta fenomen är tämligen utforskat. Vi upplever att det är viktigare att bygga på med empiriskt material inom forskningsområdet innan man ser till eventuella skillnader mellan olika miljöer såsom bransch eller åldrar.

Inom samhällsvetenskaplig forskning går det inte att uppnå fullständig objektivitet. Däremot ska forskaren kunna garantera att han eller hon har agerat i god tro, det vill säga att forskarna inte avsiktligt låtit egna personliga värderingar influera utförandet av studien (Bryman & Bell, 2013). Detta har undvikits genom att vi inte framtvingat resultat utifrån våra förväntningar under insamling av data det vill säga vi har låtit intervjupersonen tala så fritt som möjligt utan att vi går in och styr svaren. Alla steg som gjorts i studien är dessutom dokumenterade vilket ökar pålitligheten och leder till att utomstående kan följa vad som gjorts (Lind, 2014).

4. Empiri och analys

I det här avsnittet presenteras vårt empiriska material. Vi kommer endast att presentera en kort sammanställning av hur varje intervjuperson betar sig på sociala medier. I det senare analysavsnittet kommer en djupgående analys av det empiriska materialet att göras med koppling till våra frågeställningar och det teoretiska ramverket. Empiri och analys kommer därmed vävas samman.

4.1 Empiri

4.1.1 Anna

Sociala medier: Instagram, Snapchat och Facebook

Aktiv: Besöker dagligen, uppdaterar inlägg mest på instagram

Vilka: Hennes Instagram är öppen för alla att se medan övriga kanaler är endast till för hennes vänner.

Vad: På Instagram delar hon sådant som framställer henne och hennes vardag som hon vill. Övriga kanaler lägger hon inte lika mycket tanke på hur aktiviteterna framställer henne.

Sekretessinställningar: Instagram - öppet konto, Facebook-stängt konto, Snapchat - vänner

Undviker att dela: Kontroversiella åsikter, festbilder och utmanade bilder.

Är vän med sin chef i sociala medier: Nej och hon skulle inte vilja vara det, men hade känt sig tvungen att acceptera om chefen hade skickat en vänförfrågan.

4.1.2 Beatrice

Sociala medier: Snapchat, Facebook och Instagram

Aktiv: Uppdaterar inte jättemycket men är "på det dagligen".

Vilka: Det är viktigt för Beatrice att hon har en relation till de hon har som vänner i sociala medier. Hon skulle kunna lägga till kollegor men endast dem hon har en relation till.

Vad: Mestadels bilder på sin hund eller checkar in på platser såsom när hon varit på Liseberg exempelvis.

Sekretessinställningar: Facebook - stängt konto, Instagram - privat profil. Snapchat - vänner.

Undviker att dela: Festbilder, utmanande bilder och hälsa såsom hur hon mår.

Är vän med sin chef i sociala medier: Ja, men hade helst inte varit det. Chefen lade till henne och hon kände inte att det fanns något annat val än att acceptera.

4.1.3 Carl

Sociala medier: Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter och LinkedIn.

Aktiv: Snapchat och LinkedIn - själv aktiv. Övriga: läser mer av.

Vilka: Läger aktivt till yrkeskontakter på LinkedIn. Övriga sociala medier är till för hans vänner. Carls tumregel är att om han kan säga "hej" till personen på gatan så har han inga problem att vara vän i sociala medier.

Vad: Vad han väljer att dela beror på vilken plattform. På snapchat- roliga grejer från vardagen. Facebook - kommunicera/chatta, Instagram - bilder från vardagen, LinkedIn- professionella statusar som relaterar till arbetsområdet.

Sekretessinställningar: Han går kontinuerligt in och ändrar på samtliga plattformar vem som ska få se vad.

Undviker att dela: Privata saker på LinkedIn oavsett vad det är. Och sådant som kan framställa han som dum eller på fel sätt. Han är försiktig överlag med vad han delar.

Vän med chefen i sociala medier: Nej, han skulle kunna lägga till dem. Samtidigt tycker han inte att medarbetare ska känna sig tvingade att vara vän med chefen i sociala medier.

4.1.4 Diana

Sociala medier: Facebook, Instagram, Snapchat och LinkedIn

Aktiv: Besöker och gör inlägg främst på Instagram och Snapchat. Besöker Facebook dagligen men gör inlägg restriktivt. Inte så aktivt på LinkedIn.

Vilka: På Instagram och Snapchat finns Dianans nära vänner. På hennes Facebook en blandning av såväl privata och professionella kontakter. LinkedIn endast professionella kontakter.

Vad: På Instagram och Snapchat delar hon gärna extra speciella aktiviteter ur sitt privatliv. På Facebook delar hon endast det som gynnar branschen hon är i, kan vara privata såväl yrkesrelaterade händelser. På LinkedIn delar hon endast yrkesrelaterade händelser.

Sekretessinställningar: Diana har stängda konton och accepterar de kontakter som gynnar hennes yrkesliv eller är hennes vänner.

Undviker att dela: Sådant som kan vara provocerande eller stötande

Vän med chefen i sociala medier: Ja, hon upplever det bara som positivt att få ta del av exempelvis bilder från chefens privatliv.

4.1.5 Erik

Sociala medier: Facebook, Instagram och LinkedIn

Aktiv: LinkedIn - Ett par inlägg i veckan, Instagram - Ett inlägg varannan vecka. Facebook - Sällan.

Vilka: Erik har bara sina närmaste på Instagram men på Facebook är han mer öppen med att lägga till de flesta. På LinkedIn lägger han till alla som skickar en kontaktförfrågan.

Vad: På LinkedIn delar Erik endast professionella statusar i marknadsföringssyfte för framtida karriär. På Facebook delar han privata såväl professionella saker. Han vill framställa sig själv som bra.

Sekretessinställningar: Instagram - privat profil. Facebook - stängd, men vänners vänner kan se taggar. LinkedIn - öppen.

Undviker att dela: Delar ogärna alkoholrelaterade bilder och är inte skrytsam där det finns professionella kontakter.

Vän med chefen i sociala medier: Ja, tycker att det är kul att se vem chefen är bakom sin yrkesroll.

4.1.6 Filip

Sociala medier: Facebook

Aktiv: Restriktiv, besöker Facebook dagligen men uppdaterar sällan

Vilka: Endast vän med privata kontakter på Facebook. Ser ingen anledning eller något syfte med att vara vän med professionella kontakter.

Vad: Filip delar väldigt sällan aktiviteter. När han väl gör det finns det ingen tanke bakom vad han delar.

Sekretessinställningar: Han tror att hans Facebook är stängd för de som inte är hans vänner.

Undviker att dela: Festbilder samt humor och åsikter som han kanske inte delar med alla.

Vän med chefen i sociala medier: Nej, han har inte några problem med sin chef och berättar att kan ta en fika på jobbet men att förstår inte syftet att vara vänner på Facebook.

Samtliga intervjupersoner använder sig av Facebook men på olika sätt. Användningen av Instagram, Snapchat, Twitter och LinkedIn är mer spridd och används även dem på olika sätt i olika syften. Majoriteten av intervjupersonerna beskriver sig som aktiva dock inte i det avseendet att de uppdaterar mycket utan att de dagligen besöker sociala medier. Filip är dock den som skiljer från de övriga då han använder sociala medier mer restriktivt och han är också den enda intervjupersonen som bara använde sig av en plattform.

4.2 Analys

I det här avsnittet kommer det empiriska materialet att analyseras med hjälp av begreppsparen *segmentera-integrera* och *verifiera-förbättra* för att besvara hur medarbetare hanterar gränsdragningen mellan sina privata och professionella roller i sociala medier. Respekt och tycke används för att besvara vilka konsekvenser hanteringen av gränsdragningen mellan rollerna får i medarbetarnas professionella relationer i yrkeslivet. Analysen behandlar: Kompetenser och färdigheter på sociala medier och vänskap med chefen i sociala medier. Anledningen till att detta också behandlas beror på att det var ämnen som kom upp och väckte intresse under intervjuernas gång. Dessutom går det att hänföra till den andra frågeställningen som berör konsekvenser i yrkeslivet. Tillsist kan det tillägga att analysen är baserade på utsagor från intervjuerna.

4.2.1 Hur hanterar medarbetare gränsdragningen mellan sin privata och professionella roll i sociala medier?

Segmentera privat och professionell roll

Det som kom fram under intervjuerna var att merparten av intervjupersonerna ville sära på sin professionella och privata roll. Såsom Ollier Malaterre m fl (2013) beskriver så kräver det en viss ansträngning ifrån individen att segmentera och hålla kontakterna åtskilda. Detta uttrycker intervjupersonerna på olika sätt. Exempelvis väljer Carl att sortera sina yrkeskontakter på LinkedIn och privata kontakter på Instagram, Facebook och Snapchat. De fåtal professionella kontakter han har på de mer privata kanalerna ser han som sin vänskapskrets. Carls beteende liknar det hybridbaserade förhållningssättet och Ollier Malaterre m fl (2013) menar på att den här typen av personer gärna matchar innehåll mot en speciell kategori. På LinkedIn gör Carl professionella inlägg som relaterar till sitt arbetsområde medan han på övriga sociala medier vill kunna vara mer personlig och dela roliga grejer till sina vänner på Snapchat. Han är noggrann med att kunna vara helt privat i sin privata roll och vill inte känna sig begränsad av sina professionella roll. Han vill kunna dela exakt det han känner för utan att det ska påverka det professionella livet. Carl vill inte ta risken att exempelvis humoristiska aktiviteter som han delar på Snapchat inte skulle uppfattas väl av professionella kontakter.

Filip väljer även liksom Carl att segmentera kontakter men han har däremot valt att helt exkludera professionella kontakter på Facebook som dessutom är den enda plattformen han använder sig av. Filip ser inte varför det är nödvändigt att kommunicera med professionella kontakter utanför arbetstid och ser därför ingen poäng i att vara vän med dem på sociala medier:

”Sociala medier är i min värld inget forum där man kontaktar arbetsgivare eller kollegor på, om man då inte umgås privat med kollegan sedan tidigare. Gränsdragningen, alltså jag privatpersonen Filip och yrkespersonen Filip. Jag kan tycka att man inte ska blanda de två rollerna. Och risken med sociala medier är att den gränsen suddas ut det vill säga att man är samma person privat som man är på jobbet. När man kommer hem från jobbet är man fortfarande jobbpersonen på sociala medier och när man kommer till jobbet är man privatperson på sociala medier.”

Filip vill inte riskera att på något sätt blanda ihop den privata rollen med den professionella. Han medger dock att han tror att Twitter och LinkedIn hade gynnat honom i yrkeslivet men han ser trots det inte syftet med att finnas tillgänglig där. Han är rädd att sociala medier ska suddas ut gränsen mellan hans professionella och privata roll. Ashforth m fl (2000) menar att hög grad av segmentering leder till minskad risk för att rollerna suddas ut. Filips beteende skiljer sig från Carl som ändå ser en vinning i att ha kontakt med sina professionella kontakter på LinkedIn. Filips beteende påminner mer om det publika förhållningssättet som kännetecknas av hög grad av segmentering där man bara har privata konton i sociala medier och inte bryr sig om att lägga till professionella kontakter eller rent av ignorerar vänförfrågningar från dem (Ollier Malaterre m fl, 2013). Filip säger under intervjun att om han blivit tvungen att använda sociala medier i yrket hade han velat bli tilldelad ett konto av kommunikationen på företaget och han hade inte velat använda sitt egna konto. Ollier-Malaterre (2013) menar att en person som vill segmentera rollerna skyddar sig ifrån att privat information ska påverka den professionella relationen negativt.

Integrera privat och professionell roll

Ingen av intervjupersonerna integrerar professionella och privata kontakter på alla sina plattformar däremot verkar Diana och Erik visa öppenhet till att integrera professionella och privata kontakter då deras Facebook har en stor spridning av båda. De båda säger att de har inga problem med att dela privata aktiviteter till sina professionella kontakter om de är händelser som endast kan gynna dem. Det innehållsbaserade förhållningssättet beskriver personer som väljer att integrera sina privata och professionella aktiviteter för att öka statusen i privata som professionella kontakterns ögon. Anledningen till att de kan integrera kontakterna på det här viset är möjligt på grund av att de ägnar tid och energi till att skapa innehåll som gynnar dem både i privatlivet och i det professionella livet (Ollier Malaterre, 2013). Erik som har såväl professionella som privata kontakter på Facebook är tvungen att exempelvis ha sekretessinställningar som innebär att om någon taggar honom så måste han godkänna det innan informationen kan dyka upp i flödet.

”Om mina vänner taggar mig i någonting tveksamt så kommer jag inte låta det dyka upp på min tidslinje så att professionella kontakter kan se det.” - Erik

Förbättra bilden av sig själv i sociala medier

När medarbetare vill ge en positiv och socialt önskvärd bild av sig själva talar teoretiska ramverket om begreppet självförbättring. Syftet är att ge uteslutande positiva intryck till

privata såväl professionella kontakter (Ollier Malaterre m fl, 2013). Annas Instagram är öppen för alla. På denna plattform tänker hon mycket på hur hon vill bli sedd och vad hon vill visa ur sitt liv för att det ska gynna hennes professionella liv. Hon menar även att Instagram inte ger en korrekt bild av vem hon faktiskt är utan hon delar endast information som hon anser framställer henne bättre. Anna agerar på så vis självförbättrande på Instagram som är en plattform där hon integrerar kontakter. Hon säger även att det inte skulle göra hennes något om hennes professionella kontakter sökt upp henne på Instagram. Det finns ingen information som kan påverka hennes professionella roll negativt där enligt henne. Annas yrke har ingenting med Instagram att göra men hon menar själv att den socialt önskvärda bild hon eftersträvar på Instagram inte kan påverka henne negativt i något avseende.

Carl anpassar sig utifrån vem som han kommunicerar med. På LinkedIn som han ser som en professionell plattform delar han inte med sig av privata saker då det kan det framställa honom på fel sätt. Det ska konstateras att Carl på samtliga sociala medier är försiktig med vad han delar med sig av eftersom han oroar sig att information kan nå de professionella kontakterna ändå trots sekretessinställningar. *”Jag måste ständigt ge en positiv bild av mig själv för att företaget som jag jobbar på ska få kunder och nya jobbupdrag.”* - Carl

Både Carl och Anna har ett självförbättrande synsätt dock har de båda begränsat sig till en kanal: Anna till Instagram och Carl till LinkedIn. Båda menar att det är de kanalerna de använder i professionella sammanhang. På så vis upplevs Carl och Anna fortfarande vilja segmentera sina roller då de på sina stängda och mer privata kanaler inte resonerar på samma sätt. Av den anledningen påminner också deras synsätt om det hybrida förhållningssättet som menar att man vill segmentera rollerna med ändå använda sig av sociala medier i självförbättrande syfte. Ollier-Malaterre m fl (2013) menar att personer med hybridbaserat förhållningssätt känner av när de ska vara privata respektive professionella och att de ogärna delar något som kan leda till pinsamheter.

Diana och Erik är de intervjupersoner som aktivt integrerar privata och professionella kontakter på Facebook. Diana delar det som gynnar henne yrkesliv och den branschen hon är i, hon säger att hon kan dela privata händelser om de är neutrala och inte kan påverka yrkeslivet negativt. Exempelvis skulle hon inte dela ställningstaganden som kan uppfattas vara provocerande. Även Erik menar att det är bra för karriären att visa upp vilka personer man rör sig med och vill bli sedd med i sociala medier. Det är en av anledningarna till att han

ser en nytta i vänskap med professionella kontakter på Facebook. ”*Detta kanske låter väldigt karriärorienterat men jag tror att det är bra att visa att man rör sig med personer som man kanske vill bli sedd med i sociala medier.*”

Eftersom att Erik väljer att vara vän med professionella kontakter i syfte att det ska se bra ut tyder på ett självförbättrande beteende. Han påstår sig också kunna dela väldigt personliga saker som åsikter men att faktiskt göra det känns avlägset. Det kan också vara ett tecken på att han tar hänsyn till hur han framställer sig själv. Han är också noggrann med att bilden av honom inte ska upplevas för skrytsam och han inte vill vara för mycket eller bli förknippad med att vara högfärdig av professionella kontakter. Exempelvis delar han inte längre träningsbilder för att visa sig vara vältränad då han menar att det kan misstolkas som skryt av professionella kontakter. Både Dianas och Eriks beteende påminner om det innehållsbaserade förhållningssättet. De båda väljer att använda sociala medier i marknadsföringssyfte för att det ska gynna deras yrkesroll i branschen. Gränsen mellan det hybridbaserade och innehållsbaserade förhållningssättet anser vi är problematisk då intervjupersonerna inte är så konsekventa som ramverket är utformat och detta kommer vi återkomma till i slutsatsen och under förslag till vidare forskning. Det vi kan säga dock utifrån intervjuerna är att Diana och Erik inte är rädda för att blanda ihop sin professionella roll med sin privata. Det kan tvärtom upplevas som att de vill vara sin yrkesroll även privat. Exempelvis säger Erik att han vill bli sedd som sin yrkesroll på Facebook där han även har privata kontakter. Diana säger också att på Facebook lägger hon bara ut sådant som gynnar hennes yrkesliv och även om det är privata aktiviteter så måste de gå i linje med hennes professionella roll. Diana anpassar helt enkelt sitt innehåll mot de professionella kontakterna. Ollier-Malaterre m fl (2013) poängterar att det som delas ska anses vara önskvärt av i första hand de professionella kontakterna.

Verifiera bilden av sig själv i sociala medier

Om medarbetare beter sig på ett sätt som bekräftar såväl den positiva som negativa självbilden benämns det som självverifiering. Både positiv och negativ information kan medarbetaren stödja så länge den är förenlig med självbilden (Ollier-Malaterre m fl, 2013).

De intervjupersoner som framhäver detta beteende är Filip och Beatrice. Filip säger att man får en fattig bild av honom via Facebook men att bilden är korrekt då de få aktiviteter han delar överensstämmer med honom som person. Han reflekterar alltså inte kring hur innehållet

kommer att framställa honom som person. Filip förstår som nämnt tidigare inte varför en vänskap på Facebook med professionella kontakter skulle ha någon betydelse. Han säger att de pratar på arbetsplatsen om allt, då förstår han inte varför han ska se det på Facebook igen. Det är intressant att Filip antar att alla berättar allt de gör i sociala medier. Det tyder på att han inte tänker i banorna att medarbetare kan använda sociala medier för att framställa sig på ett önskvärt sätt. Samtidigt är han medveten om att sociala medier skulle gynna honom men han verkar inte intresserad av att ta reda på hur.

Beatrice skulle inte lägga upp inlägg som får henne att framstå som hon lever på ett sätt som hon egentligen inte gör. Hon vill ge en korrekt bild av sig själv och det kan bero på att hon säger att hon är selektiv när det gäller vilka kontakter hon lägger till. Hon kan vara mer självverifierande och personlig som när hon delar bilder på sin hund eftersom hennes kontaktnät på Facebook är slutet och bara består av ett fåtal professionella kontakter. Dessa kontakter ser Beatrice mer som vänner. Hon berättar om en situation där hon exempelvis ignorerade en vänförfrågan från en kollega som hon knappt hade pratat med. Även om hon inte delar överflödigt privat information så skulle hon kunna göra det då hennes Facebook framförallt är begränsad till personer som hon känner (Ollier-Malaterre m fl, 2013). Både Filip och Beatrice går på dessa grunder att förknippa med publikt förhållningssätt.

4.2.2 Vad får hanteringen av gränsdragningen mellan rollerna för konsekvenser i medarbetarnas professionella liv?

Malaterre m fl (2013) menar på att det är viktigt att bli omtyckt och respekterad av sina professionella kontakter, om inte kan det påverka yrkeslivet negativt. Ramverket menar att hur en medarbetare väljer att hantera gränsdragningen i sociala medier kan påverka respekt och tycke i den professionella yrkesrollen. Respekt är en positiv hänsyn till en annan person och tycke är en bedömning baserad på en emotionell koppling till personen såsom delade värderingar. Nedan kommer vi med hjälp av de fyra förhållningssätten resonera kring hur respekt och tycke kan påverka den professionella rollen för intervjupersonerna.

Öppet: Respekt och tycke minskar (Integrera och verifiera)

Det öppna förhållningssättet kan leda till både minskat tycke och minskad respekt. Detta beror på att personen integrerar professionella och privata kontakter och delar all möjlig information utan att ta hänsyn till vilken information som delas och vem som kan få ta del av den (Ollier-Malaterre m fl, 2013).

Ingen av intervjupersonerna uppvisade tendenser till öppet förhållningssätt och det är förståeligt med tanke på att det kan göra mer skada än nytta för medarbetarna i deras yrkesliv. Vi upplevde att intervjupersonerna var medvetna om negativa konsekvenser som kan uppstå genom att integrera sin privata och professionella roll. Anledningen till att vi upplevde detta beror på att majoriteten av intervjupersonerna uttryckligen nämnde att de inte delar kontroversiella åsikter, utmanande bilder eller festbilder, alltså sådant som kan vara provocerande och minska tycke och respekt i professionella och privata kontakters ögon.

Ollier Malaterre m fl (2013) berättar att det finns fall där medarbetare har fått sparken för att de har uttryckt sig olämpligt i sociala medier och på grund av detta finns det all anledning att tro att de personer vi intervjuade väljer att inte uttrycka sig hur som helst och riskera att liknande åtgärder vidtas. Erik sa bland annat att företaget han arbetar på förutsätter att medarbetare är tillräckligt socialt kompetenta för att hantera vad som delas i sociala medier annars hade de inte fått jobbet. Carl hävdar i sin tur att det handlar om sunt förnuft eftersom man är en representant för företaget och då kan man inte bete sig hur som helst. Carl säger att en person som delar aktiviteter som kan påverka den professionella rollen negativt saknar sunt förnuft, vilket också kan vara en förklaring till att det öppna förhållningssättet inte är särskilt värt att eftersträva. Bohnert & Ross (2010) poängterar dessutom att om profiler i sociala medier innehåller olämpligt material såsom festbilder kan det minska chansen att bli erbjuden jobb.

Publikt: Respekt ökar och tycke minskar (segmentera och verifiera)

Det publika förhållningssättet kan leda till att personen ökar respekten då professionella kontakter inte får ta del av olämplig privat information i sociala medier. Däremot kan tycke ifrån professionella kontakter minska om de känner sig exkluderade ifrån personens liv på nätet (Ollier-Malaterre, 2013).

Faktum är... anledningen till att jag inte använder sociala medier så mycket är ju ett sätt att skydda sig. Om jag skulle ha massa konton och svara alla överallt ökar ju risken att göra bort sig. ” - Filip

Filip anser att en person som inte använder sociala medier för mycket är en önskvärd person. Alltså man är en person med fötterna på jorden, som är respektabel, som inte söker uppmärksamhet och som inte skvallrar. Han tycker att det finns en heder och respekt i att inte

använda sociala medier för mycket och menar att det signalerar högre integritet. Han tillägger även att det är ett sätt att skydda sig ifrån problematiska situationer.

Filip berättar att han förstår potentialen i att finnas på flera plattformar, exempelvis tror han att Twitter eller LinkedIn hade gynnat honom yrkesmässigt. Men han säger att han trots det inte är intresserad av det. Det som enligt Ollier Malaterre m.fl (2013) kan missgynna Filip är att han väljer att inte i någon aspekt kommunicera med professionella kontakter i sociala medier trots att han är medveten om att det kan gynna honom. Det kan upplevas negativt ifrån professionella kontakter och leda till minskat tycke och tillit i deras relation. Han går också miste om att genom sociala medier förbättra relationen till sina professionella kontakter (Ollier-Malaterre, 2013). Filip menar att han känner sina professionella kontakter tillräckligt bra via arbetet och ser inte varför han skulle lära känna dem på ett annat sätt via sociala medier.

Innehåll: Respekt och tycke ökar (integrera och förbättra)

Det innehållsbaserade förhållningssättet ökar både tycke och respekt i professionella sammanhang då beteendet främjar en renodlad självförbättrande bild ur alla aspekter för att den ska gynna både den privata och professionella rollen. Detta beteende har alltså betoning på vilket innehåll som delas.

Erik och Diana anser det vara positivt att på Facebook kunna integrera sin privata och professionella roll då de båda använder Facebook för att visa upp vilka de umgås med i deras respektive bransch. De kan även dela privata aktiviteter som de tror kan gynna dem professionellt. Bilden av dem själva är med andra ord kontrollerad och förbättrande i syfte att bli omtyckta och respekterade av professionella kontakter.

Diana är väldigt mån om att det som utlämnas på Facebook överensstämmer med den bilden hon vill återge av sig själv. Hon berättar att hon är med i en förening vid sidan av arbetet och ibland lägger personer i den föreningen upp bilder som enligt henne kan upplevas vara slarviga eller barnsliga. ”*Jag har väl avtaggat mig eller tagit bort vissa saker ibland om det varit för opassande. Det får min sida att se ut som att det är det enda jag gör då de lägger upp saker väldigt ofta.*”

Detta visar att Diana är selektiv med vilka privata aktiviteter hon delar eller vill ska synas i anknytning till henne. Att agera på det här viset innebär enligt Ollier Malaterre m fl (2013) att

det ökar både tycke och respekt från de professionella kontakterna då de får lära känna Diana utifrån endast den information hon tycker att professionella kontakter bör se.

Hybrid: Respekt och tycke ökar (segmentera och förbättra)

Detta förhållningssätt ökar både tycke och respekt då beteendet är självförbättrande och informationen som delas anpassas till vem det är.

”Jag kände inte en tillit till han som person då exempelvis om han skulle se att jag var ute och festat dagen innan arbetet. Då tänkte jag att det inte kändes bra att lägga till honom av den anledningen för att han kanske skulle skvallra” - Anna

Anna sa detta för att förklara varför hon tvekat på att bli vän med en kollega på Facebook när hon precis börjat arbeta på ett företag. Detta beror på att Anna oroade sig för att kollegan skulle skvallra om hon varit ute och festat dagen innan arbetet. Boyd (2007) lyfter ju bland annat fram att när yrkespersoner blir vänner på Facebook så får de omedelbart tillgång till massor av information av varandra. Information som de professionella personerna sinsemellan inte visste om varandra och som kan påverka relationen. Däremot att utesluta professionella kontakter på det här sättet kan leda till minskat tycke då exempelvis kollegor kan uppskatta att få se även privata aspekter och lära känna personen på ett emotionellt plan (Collins & Miller, 1994).

Anna valde till slut att acceptera kollegan som vän på Facebook då hon inte kände något annat alternativ. Om hon hade nekat förfrågan hade det blivit pinsamt på arbetsplatsen enligt henne och hon vill upplevas vara som en i “gänget”. Anna vill egentligen inte vara vän med professionella kontakter på Facebook men hon inser också nackdelarna med att exkludera dem. Personer med hybridbaserat förhållningssätt brukar inte ha professionella kontakter på en plattform som de anser vara privat men de känner av om situationen kan påverka dem negativt (Ollier-Malaterre m fl, 2013). Anna menar att hon valde att acceptera för att inte känna sig utanför vilket också innebar att hon undvek en pinsam situation. Att avstå från att acceptera vänförfrågan från kollegan hade kunnat leda till att hon inte skulle bli omtyckt av kollegorna.

Carl håller LinkedIn helt professionellt och skulle därför inte dela med sig av privata saker inte ens de som är av positivt slag. Han är noggrann med att inte lägga upp något som framställer honom på fel sätt eftersom rekryterare kan kolla igenom hans profil och ställa sig frågan ”verkar han vettig för vårt företag?”. Han är noggrann med hur han framställs eftersom han dels väljer att inte dela med sig av privata saker och att han tänker på hur han framställs inför de professionella kontakterna som han har på LinkedIn. Detta beteende kommer att generera ökad respekt hos de professionella kontakterna enligt Ollier-Malaterre m fl (2013).

4.2.3 Kompetenser och färdigheter i sociala medier

Det som framkommer i ramverket är att de självförbättrande förhållningssätten, alltså det innehållsbaserade och hybrida kräver mer kompetenser och färdigheter i att hantera gränsdragning på sociala medier. Dessa beteenden kräver även att personen lägger ner mer tid och tanke åt sina inlägg och åt att redigera det som läggs upp av andra kontakter i efterhand (Ollier-Malaterre, 2013).

Carl förklarar hur tids- och tankekrävande det är att kontrollera vilken information som når vem på hans sociala medier. *”Jag tänker ju på detta i första, andra, tredje och till och med fjärde hand. Jag har kontroll dels vad gäller det jag lägger upp men också vilka som når informationen genom att ha koll på sekretessinställningar”*.

Det kan jämföras med Filip som säger: *”Jag är så dålig på sånt här, kan knappt svara. Men tror att jag har så att bara mina vänner kan se det jag lägger upp”*.

Filip som anser sig ange en verifierande bild av sig själv på sociala medier verkar inte vara särskilt insatt eller intresserad av de tekniska färdigheterna som krävs för att hantera sekretessinställningar på sociala medier. Till skillnad från Carl som vill framstå förbättrande i professionella kontakterns ögon och behärskar tekniken. Det är samtidigt nödvändigt att behärska tekniken för att kunna framstå förbättrande då man måste ha kontroll över vilket innehåll som delas och till vem.

Negativa konsekvenser uppkommer när professionella kontakterns förhållningssätt skiljer sig från varandra, vilket innebär att medarbetaren måste besitta färdigheter i att känna av sociala situationer och beteenden (Ollier-Malaterre m fl, 2013). Erik hade fått god kontakt med en kollega på jobbet och skickade därmed en vänförfrågan till henne på Facebook. Det som Erik inte visste var att hon inte lägger till vem som helst vilket ledde till att Erik av ren tillfällighet

upptäckte att hon hade lämnat vänförfrågan obesvarad. Reaktionen från Eriks sida blev: *”Åh vad intressant, här har vi någon som har högre behov av att separera rollerna.”* Erik menar att han tycker det är naturligt att vara vän med sina kollegor på Facebook. Han blev förvånad över att hon lämnade vänförfrågan obesvarad men denna situation påminde honom också om att alla inte tänker likadant.

Erik berättar också om en annan situation där olikheterna i beteendet på sociala medier framkom. Erik kommenterade något jobbrelaterat på en av hans bilder vilket ledde till att vännen tog bort hans kommentar följt av ett privat meddelande där vännen förklarade att han inte vill prata jobb på Facebook. Detta är ett exempel på en situation som Eriks vän var tvungen att rätta till då han ansåg att det var olämpligt att diskutera jobb på en privat kanal som Facebook. Detta belyser problematiken i hur svår gränshanteringen kan vara då det är svårt att styra andras beteende och det är lätt att anta att ens vänner i sociala medier tänker som en själv.

4.2.4 En vänskap med chefen i sociala medier

Det som framkom under intervjuerna var att de flesta hade en annan syn på att vara vän med sin chef i sociala medier än till övriga professionella kontakter. De som hade mest positiv syn på att vara vän med chefen var Diana och Erik. Det har båda två också sina chefer som vänner på Facebook. Dessa två intervjupersoner var även de som gav intrycket av att vara mest positiva till att integrera privat och professionell roll.

Diana berättar att det är positivt att få en inblick i chefens privata familjeliv och hon berättar att relationen blir mer personlig av den anledningen. Erik menar liknande: *”Chefen tycker det är kul att fota ute i naturen medan på jobbet är han den här superfokuserade och jätteduktiga personen som verkar omänsklig. När man ser detta märker man ”oj vilken normal människa han är” och det är en väldigt kul insikt tycker jag.”*

Både Diana och Erik tycker det är positivt att komma sin chef nära privat och menar att det troligtvis bara skapar en bättre relation till chefen. Beatrice tänker dock annorlunda kring att ha sin chef jämfört med att ha sina kollegor på Facebook: *”Ibland kan jag dock känna, att vara vän med sin chef på Facebook är jobbigt för hur man än vänder och vrider på det måste*

man ta en extra fundering innan man delar vissa klipp, innan man lägger upp en uppdatering för man vet inte om att ens chef ser det.”

Resterande intervjupersoner har inte sin chef på Facebook och ser inte någon anledning till att ha det. Anna säger att hon hade känt sig tvungen att acceptera om chefen hade skickat en vänförfrågan. Hon hade dock inte varit bekväm med det då hennes chef skulle få tillgång till att se henne som informell person. Eftersom hon inte vet om hon och hennes chef delar samma åsikter känner hon att hon hade fått vara uppmärksam med vad hon delar och gillar på sociala medier. Carl är inte vän med sina chefer men skulle kunna vara det eftersom han ser dem som kompisar. Han poängterar däremot att han inte tycker att det ska finnas något typ av krav från chefer att medarbetare ska acceptera vänförfrågningar i sociala medier. Carl tycker att Facebook tillhör privatlivet och därför ska man inte tvingas vara vän med en chef om man inte själv vill, isåfall ska det stå i anställningskontraktet.

Filip är den som är mest emot att vara med sin chef i sociala medier och kan inte alls se någon vinning i det: *”Det finns en föreställning om att en chef inte ska vara för bra kompis med sina anställda. Alltså man kan vara bra vänner på jobbet men man ska inte ha med varandra att göra på fritiden. Jag tycker det är en osynlig uppdelning”*

Vi kan konstatera de som har en benägenhet att segmentera professionella och privata kontakter är också de som ställer sig tveksamma och helst inte vill ha sin chef som vän på Facebook. Tvärtom gäller för de som är mer benägna att integrera professionella och privata kontakter, med andra ord, argumenterar för att det bara gynnar dem.

5. Slutsatser och vidare forskning

Syftet med studien är att besvara hur medarbetare hanterar sina privata och professionella roller i sociala medier samt vad det får för konsekvenser i medarbetarnas professionella yrkesliv.

Inledningsvis kan det konstateras att urvalet på endast sex stycken personer inte möjliggör för oss att dra generella slutsatser däremot kan vi genom vår empiri och analys urskilja hur medarbetare hanterar gränsdragningen och exemplifiera situationer då detta får konsekvenser.

5.1 Slutsatser

Slutsatsen som kan dras är om man har många olika kontakter på samma plattform så måste man lägga fokus på vilket innehåll som delas vilket också är mer tidskrävande och kräver mer energi. Däremot om man håller kontakter segmenterade då behöver man inte vara lika noggrann och tänka på vad man delar eftersom professionella kontakter inte kan ta del av privata aktiviteter. Ashforth m fl (2000) menar att hur rollerna ordnas sträcker sig från hög grad av segmentering (hög kontrast mellan rollerna) till hög grad av integrering (låg kontrast mellan rollerna). Med andra ord fokuserar de som segmenterar på en hög kontrast mellan rollerna och är därför noggrann med vilken information som når vem för att separera rollerna. De som integrerar har inget emot en låg kontrast mellan rollerna och reflekterar ständigt över innehållet så att det gynnar dem i alla avseenden.

Tidigare forskning lyfter fram drastiska exempel såsom att medarbetare blivit uppsagda på grund av deras beteende i sociala medier (Ollier-Malaterre m fl, 2013). Under vår studie framkom inte den här sortens drastiska konsekvenser däremot visade det sig att medarbetare förhåller sig till sociala medier på flera olika sätt. En medarbetare som segmenterar kan hamna i konflikt med en som integrerar. Vår studie visar även att beteendet skiftar beroende på vilken plattform det rör sig om. Den visar komplexa situationer där det är svårt att veta hur andra medarbetare tänker. Sigert (2015) menar att man måste vara uppmärksam på vad andra delar för typ av information som är utom ens egen kontroll. Därav menar vi att en slutsats också är att man måste läsa av andras strategier och förhålla sig till dem samt respektera dem. Sociala medier har fört med sig förväntningar på hur medarbetaren ska bete sig (Gillberg, 2014), vilket gör det oundvikligt att frånga den problematik sociala medier medför. Vi har

kommit fram till att oavsett om medarbetaren använder sociala medier aktivt eller restriktivt kommer det att få konsekvenser, positiva såväl negativa för den professionella yrkesrollen.

Slutligen, upplevde vi under analysarbetet att ramverket var till nytta men också att det innehöll vissa begränsningar. Begreppsparen *segmentera-integrera* och *verifiera-förbättra* hjälpte oss att förstå medarbetarnas gränsdragning och beteende i sociala medier. Dessa begreppspar visar vem man kommunicerar med och vad som delas vilket är det väsentliga för att förstå beteendet. Däremot anser vi att de fyra förhållningssätten som Ollier- Malaterre m fl (2013) upprättat var onyanserade i förhållande till intervjupersonerna. Förhållningssätten hjälpte oss delvis att sortera olika beteenden i sociala medier dock var inte intervjupersonerna lika konsekventa som förhållningssätten var utformade. Det som ramverket även inte tar hänsyn till är att roller inte är statiska och förändras över tid. Kreiner m fl (2006) poängterar att gränser mellan roller inte är några bestämda enheter utan att individen kontinuerligt kan omförhandla dessa gränser. Om en segmenterare undviker att vara vän med sin chef, vad händer om en vän sedan tidigare blir chef. Då måste medarbetaren radera kontakten från sociala medier enligt ramverket. Slutsatsen är att hanteringen av roller i sociala medier inte är så svart på vitt som förhållningssätten menar. De tar inte hänsyn till att det finns olika grader på skalan av att *segmentera eller integrera* och *verifiera eller förbättra* samt förhållandet däremellan. De tar inte heller hänsyn till att roller kan förändras över tid.

5.2 Förslag till vidare framtida forskning

Flera intervjupersoner poängterar att relationen till chefen på sociala medier var mer känslig än till övriga professionella kontakter. Utifrån det kan en diskussion behöva lyftas på företag angående problematiken kring vänskap med professionella kontakter men i synnerhet chefer i sociala medier. Utifrån vårt empiriska material är det tydligt att beteendet i sociala medier kan skilja sig ganska markant mellan olika individer. En del har inga problem med att vara vän med sin chef i sociala medier med andra upplever det ofrivilligt och obekvämt. Det framkom under vår studie att det borde stå i anställningskontraktet om chefen ska ha tillåtelse till att lägga till en medarbetare som kontakt. Vårt förslag är att ett samtal med varje enskild medarbetare är nödvändigt på arbetsplatsen. Organisationer bör ta hänsyn till problematiken som uppstår när medarbetare känner sig tvingade och inte har något annat alternativ än att acceptera en kontaktförfrågan i sociala medier. Framtida forskning kan därmed undersöka om eller hur HR-avdelningar på företag arbetar med den här problematiken av sociala medier.

Eftersom vår studie fokuserat på medarbetarens perspektiv och berättelser finns det en möjlighet för framtida forskning att studera ledning och chefer för att se om eller hur de arbetar med gränsdragning mellan privata och professionella roller i sociala medier. Vi valde explicit att fokusera på gränsdragningen och vi har inte vägt in faktorer såsom kön och åldrar. Detta beror på som vi tidigare beskrivit att området är tämligen utforskat och vi upplevde det relevant att huvudsakligen studera problematiken innan man ser till eventuella skillnader mellan grupper. Framtida forskning bör testa detta ramverk ytterligare i syfte att få en bredare bild och bidra till modellens generaliserbarhet. Förslagsvis skulle det vara intressant att se till en annan åldersgrupp då vår studie är baserad på personer mellan 20-30 år.

En av de slutsatser som denna studie kom fram till är att roller och plattformar inte är statiska utan ständigt föränderliga. Framtida forskning bör därmed ta hänsyn till detta och utveckla ramverket så att de tar hänsyn till de begränsningar vi upplevde. Vi anser att ramverket är förenklat jämfört med den komplexitet som råder i praktiken.

6. Källförteckning

Ahrne, G. & Svensson, P. *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber, 2011.

Ashforth, B. E., Kreiner, G. E., and Fugate, M. (2000). All in a day's work: Boundaries and micro role transitions. *The Academy of Management Review*, 25(3):472–491.

Bohnert, D., & Ross, W.H. 2010. The influence of social networking web sites on the evaluation of job. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking* 13 (3): 341-347

Boyd, D. 2007. Social network sites: Public, private, or what? *Knowledge Tree*, 13:
http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28.

Bryman, A. & Bell, E. 2013, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, 2., [rev.] uppl. edn, Liber, Stockholm.

Collins, N. L., & Miller, L. C. 1994. Self-disclosure and liking: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin* 116 (3): 457-475

Forest, A. L., & Wood, J. V. 2012. When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23 (3): 295–302.

Gillberg, Nanna. 2014. *Uppmärksamhetssamhället*, Lund: Studentlitteratur AB.

Goffman, E. 1956. Embarrassment and social organization. *American Journal of Sociology*, 62 (3): 264–271.

Gregg, Melissa. 2011. *Work's Intimacy*. Polity Press. E-bok

Håkansson, Catarina. 2011. Facebookstatus kostade jobbet. *Svenska Dagbladet*. 3 januari.
<http://www.svd.se/facebookstatus-kostade-jobbet> (Hämtad 2016-12-28)

Kreiner, G. E., Hollensbe, E. C., and Sheep, M. L. (2006). On the edge of identity: Boundary dynamics at the interface of individual and organizational identities. *Human Relations*, 59(10):1315–1341

Kreiner, G. E., Hollensbe, E. C., and Sheep, M. L. (2009). Balancing borders and bridges:

Negotiating the work-home interface via boundary work tactics. *Academy of Management Journal*, 52(4):704–730

Lind, Rolf. 2014, *Vidga Vetandet*, Lund: Studentlitteratur AB.

Nippert-Eng, C. (1996a). Calendars and keys: The classification of "home" and "work". *Sociological Forum*, 11(3):563–582.

Ollier-Malaterre, A., Rothbard, N. P. 2013. When worlds collide in cyberspace: How boundary work in online social networks impacts professional relationships. *Academy Of Management Review* 38 (4): 645-669.

Ollier-Malaterre,A., & Rothbard, N.P. 2015. Social media or social minefield? Surviving in the new cyberspace era. *Organizational Dynamics* 44 (1): 26-34.

Pratt, M. G., Rockmann, K. W., & Kaufmann, J. B. 2006. Constructing professional identity: The role of work and identity learning cycles in the customization of identity among medical residents. *Academy of Management Journal*, 49 (2): 235–262.

Seigert, Steffi. 2015. Enacting boundaries through Social technologies: the dance between work and private life. Diss., Stockholms Universitet.

7. Bilagor

Intervjuguide – allmänna frågor och tre teman

Allmänna frågor

Vilka sociala medier använder du?

Hur aktiv är du på sociala medier?

Är sociala medier något du reflekterar över i ditt dagliga liv?

Hur ser din profil ut i sociala medier? Är den öppen för alla att se? (Sekretessinställningar osv)

Tema 1: Personfokus: Vilka kontakter har du i sociala medier? (Segmentera eller integrera)

Vem lägger du till på sociala medier? (Utveckla...)

Använder du olika plattformar för olika kontakter? Varför / varför inte?

Finns det kontakter du inte accepterar, exemplifiera och förklara varför?

Exemplifiera en situation då du upplevt det tveksamt att godkänna en vänförfrågan?

Upplever du det positivt att samla alla kontakter på samma plattform? Varför/ varför inte?

Kontrollerar du aktivt vem som får se vad? Varför / varför inte? Hur?

Finns det något tillfälle då det uppstått en pinsam situation i en relation på grund av sociala medier?

Tema 2: Innehållsfokus: Vad delas i sociala medier? (Verifiera eller förbättra bilden av sig själv)

Vilken typ av information delar du i sociala medier?

Vad skulle du aldrig skulle dela med dig av? (Förklara varför)

Hur tänker du kring ditt flöde ? Rensar du taggar, tar bort kommentarer eller liknande

Har du någon gång lagt upp någon händelse/status i syfte att framstå på ett bättre sätt?

Ger dina sociala medier en korrekt bild av vem du faktiskt är?

Hur viktigt är det för dig att filtrera bort sådant som inte framställer dig på "rätt" sätt?

Tema 3: Vad får beteendet (vilka du lägger till och vad du delar) i sociala medier för konsekvenser i det professionella yrkeslivet?

Är sociala medier i någon form eller någon utsträckning ett inslag i ditt jobb?

Använder du dig av sociala medier för att interagera med professionella kontakter?

Finns det några normer eller riktlinjer på ditt jobb för hur du förväntas bete dig i sociala medier?

Om det finns - Hur påverkar det dig?

Om inte - Skulle det underlätta på något vis?

Upplever du att relationen till ledare och andra medarbetare påverkas av hur du beter dig i sociala medier?

Har ni samma relation på arbetet? Eller ser den olika ut?

Finns det information som du tänker skulle kunna påverka dig negativt i professionella kontakterns ögon?

Finns det information som du tänker skulle kunna påverka dig positivt i professionella kontakters ögon?

Kan du känna dig övervakad i sociala medier av professionella kontakter när du inte borde göra det? (Dvs utanför arbetstid)

Är du rädd att information om dig ska utlämnas i sociala medier, som i slutändan kan missgynna dig i ditt framtida professionella liv? (Varför/varför inte)