



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

Användning av internetbaserade sociala nätverk och arbetsmotivation

Sasa Farkas

Magisteruppsats ht 2010

Handledare: Björn Karlson

Sammanfattning

Studiens primära syfte var att testa hypotesen att motivation i arbetet skiljde sig åt mellan anställda som använder nätbaserade sociala medier på arbetsplatsen och anställda som inte gör det. Sekundärt ämnade jag också att undersöka vilka samband som finns mellan frihet under ansvar i arbetet och arbetsengagemang. En enkätstudie genomfördes på 60 företag inom olika branscher vars anställda hade tillgång till dator. I undersökningen deltog totalt 136 personer. Resultaten av den här kvantitativa studien visar att de två grupperna signifikant skiljer sig åt. Resultaten visade att anställda som använder sociala medier på arbetsplatsen uppvisade högre skattningar på de undersökta variablerna och stödde därmed mina hypoteser. I resultaten framkom också flera signifikanta samband mellan de olika frihetsgrader och motivationsvariablerna. Att kunna påverka sitt eget arbetstempo och kunna använda sociala medier har visat sig vara en betydande faktor för individens motivation.

Nyckelord: krav, motivation, sociala medier, facebook

Innehållsförteckning:

| | |
|---|----|
| 1. Inledning | 4 |
| 1.1. Bakgrund..... | 4 |
| 1.2. Infallsvinkel över den sociala utvecklingen i samhället..... | 4 |
| 1.3. Företagsklimat..... | 6 |
| 1.4. Internetbaserade sociala nätverk i vardagen..... | 6 |
| 1.5. Kort om de största två sociala medier | 6 |
| 1.5.1 Facebook..... | 7 |
| 1.5.2. Twitter..... | 7 |
| 1.6 Min bakgrund..... | 8 |
| 2.Syfte och frågeställning..... | 9 |
| 2.1. Bakgrund..... | 9 |
| 2.2. Syfte..... | 9 |
| 2.3. Hypotes..... | 9 |
| 2.4. Avgränsningar..... | 10 |
| 3. Teori..... | 11 |
| 3.1. Empowerment..... | 11 |
| 3.2. Motivation..... | 12 |
| 3.3. Krav..... | 15 |
| 3.4 Tidigare forskning..... | 17 |
| 3.4.1 Korta pauser..... | 17 |
| 3.4.2 Facebookanvändnings påverkan på medarbetarnas engagemang...17 | |
| 4. Metod..... | 18 |
| 4.1 Deltagare..... | 18 |
| 4.2 Procedur..... | 18 |
| 4.3 Material..... | 19 |
| 4.4 Reliabilitet och validitet..... | 19 |
| 4.5 Dataanalys..... | 19 |
| 4.6 Resultat..... | 20 |
| 4.6.1 Skillnader mellan grupperna..... | 21 |
| 4.6.2 Samband mellan krav och motivation..... | 22 |
| 4.6.3. Den öppna frågan..... | 22 |
| 5.0 Analys och diskussion..... | 25 |
| 6.1 Förslag till vidare forskning..... | 27 |
| 6. Referenser | 28 |

I inledningen kommer vi att göra oss bekanta med bakgrundsinformation om samhällsförändringar i globaliseringsprocessen och människornas användning av internet baserade sociala medier.

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Vi befinner oss idag i ett samhälle där det blir allt svårare att kombinera jobbet med privatlivet. Många hinner inte träffa sina vänner så mycket som de önskar under sin fritid på grund av att jobbet inte slutar när de lämnar arbetsplatsen utan fortsätter även hemma (i många fall behöver det inte ens betyda att man fortsätter jobba hemma utan att man helt enkelt inte kan slå av jobbläget till viloläget och fortsätter oroa sig eller grunna över det som hänt på arbetsplatsen). Det finns en ständig press på individen att anpassa sig och vara en del av konstant förnyelse, förändringar och utveckling på arbetsplatsen. Vid sidan av allt det här har vi medias bidrag som influerar utformandet av både det medvetna och omedvetna om hur en människa ska vara, vad hon ska hinna med; jobb, hus, barn, fysisk kondition, sociala relationer m.m.

I och med att allt fler människor inte hinner träffa sina vänner har det under de senaste åren blivit alltmer populärt att hålla kontakt via sociala medier på internet. Ändå väljer många företag att förbjuda användningen av sociala medier i rädsla över att de anställdas engagemang på arbetet ska försämrats (www.dw-world.de).

1.2 Infallsvinkel över den sociala utvecklingen i samhället

Enligt sociologen Anthony Giddens, sker samhällsförändringar i takt med globaliseringsprocessen, och leder till att individens vardag förändras. Han menar att individens liv ändras på alla nivåer, familjeliv som arbete, personlig identitet så väl som relationerna till människorna runt dem och självuppfattningen (Giddens, 2003). En individ formas efter kulturen och samhället som individen befinner sig i och interagerar i, men även de människor som står individen närmast under uppväxttiden. Den enklaste formen av socialiseringsprocess är att kulturen överförs från en generation till en annan, och denna typ av socialiseringsprocess sker främst under barndomen där föräldrarna har ansvaret för

kulturöverföringen. Under skoltiden, i interaktion med skolkamraterna, men även genom massmedia, sker en andra socialiseringsprocess där individen ytterligare indoktrineras i samhällets lagar, och det är genom dessa processer som värderingar och normer lever vidare. Men det är också i dessa processer som individens identitet formas, för den sociala identiteten är den gemensamma aspekten som placerar individen i ett större sammanhang, med individer av samma och liknande karaktär, som svensk, gift, student, mamma eller pappa för att bara nämna några exempel. Däremot skiljer sig den personliga identiteten från den sociala identiteten, genom att definiera hur individen skiljer sig från andra individer baserat på den unika sammansättningen av personliga egenskaper, erfarenheter, förmågor, intressen, kunskaper och mål. Viktiga aspekter som uppstår i samspelet mellan individen och omgivningen är handlingsförmågan, friheten och valmöjligheterna (Giddens, 2003)

Samhället som vi lever i idag tvingar fram förändringar. I och med individualiseringsprocessen som pågår genomgår de traditionella sociala strukturerna som familj, arbete och könsroller stora förändringar. I det moderna samhället ligger fokus på individen, det traditionella samhällets strukturer försvagas och det sker en *avtraditionalisering av samhället*. Det moderna samhället bidrar till att nya möjligheter skapas genom de förändringar som ständigt sker i samhällets alla olika nivåer som medför att traditioner alltmer minskar i betydelse. I detta moderna samhälle kan individen komma att finna större frihet, ett större spelrum att röra sig på, och möjlighet att själva bestämma vad som skall ske i sitt liv, vad som skall få ingå, och utesluta. På detta vis utmärker sig den moderna individen från människor som levde för några generationer sedan, som inte hade samma möjlighet att få välja och agera som de själva ville. Friheten som den moderna individen upplever är en blandning av de ständiga förnyelseprocesserna som sker, förändringarna och utvecklingen. **I ljuset av den här samhällsutvecklingen är sociala medier en viktig beståndsdel i arbetslivet för de anställda (Lalander & Johansson, 2010).**

1.3 Företagsklimat

Företagsledningar har under längre tid fokuserat på att modernisera maskiner och infrastruktur, men många av dem har också sett potentialen i personalen som en nyckel till framgång för att uppnå sina mål. Personalen är en stor tillgång som företagen bör ta tillvara på bästa möjliga sätt. Svensson (2001) menar att företagen bör se till att de anställdas individuella mål överensstämmer med företagets. Annars är det svårt att få anställda att bli motiverade och utföra arbetet efter bästa förmåga. Svensson hävdar vidare att företagen har ett krav på sig av aktieägarna att maximera alla potentiella talanger och färdigheter som de redan disponerar i sina anställda för att maximera vinsten. Därför använder sig företagen av olika styrinstrument för att öka produktiviteten, som till exempel tydliga målsättningar. Målsättningar och motivation är nära sammankopplade, det innebär att en människa presterar bättre när målet med uppgiften är tydlig och den egna insatsen känns viktig (Svensson, 2001).

En förutsättning för att anställda ska känna att deras målsättningar överensstämmer med företagets är möjlighet att styra sin vardag gentemot ansvar de får för utförda arbetsuppgifter. *Empowerment* är just ett sådant begrepp som förklarar individernas möjlighet att styra sin vardag. Den består av tre centrala element: självförtroende, makt och kontroll och grundar sig just på tron på människan och hennes förmågor, att individer ses som självständiga subjekt som har förmågan att styra över sina egna liv (Bing, 2003).

1.4 Internetbaserade sociala nätverk i vardagen

Internetbaserade sociala nätverk har blivit en del av många människors vardag; för dem är det ett nytt verktyg att hålla kontakt och se vad deras vänner gör varje dag. Och sociala nätverk har till viss del ersatt telefon samtal, mobil sms, och mail som kommunikationsverktyg. Men ändå finns det många företag som väljer att spärra tillgång till sociala nätverk på sina datorer utan att gå in djupare i analysen vad de nya kommunikationsverktyg betyder i och med sociala förändringar som Giddens har beskrivit. Vi har förflyttats från ett kunskapssamhälle till ett socialsamhälle där det mesta av informationen vi får kommer från och genom våra sociala nätverk. Inläring av fakta-kunskap har minskat i betydelse då informationen idag finns tillgänglig bara några ”klickar” bort på google och wikipedia på våra mobiltelefoner och datorer. Det intressanta är om företagen kommer att omorganisera sig och administrera enligt nya sociala normer eller kommer fortsätta leva i det som Giddens anser vara antik och passerad. Giddens menar vidare att dagens individer formas i dagens samhälle och har ett annat perspektiv på hur de vill arbeta och ställer därför också andra krav på sina arbetsplatser, de organisationer de arbetar för och cheferna (Giddens, 2003).

1.5. Kort om de största två sociala medier

1.5.1 Facebook

År 2004 startade studenten Mark Zuckerberg Facebook med tanken på att göra det till en Internetsida för alla som läste på Harvard. Facebook blev snabbt populärt och spred sig till andra skolor i USA och idag finns tjänsten öppen för all i världen. Facebook är ett digitalt medel som hjälper människor att hålla kontakten med de som står dem närmast. Meningen med Facebook är inte som med andra digitala nätverk/ communities att använda det som ett medel för att främst lära känna nya människor, utan är främst utvecklat för att intensifiera kontakten med de som redan står en nära. Vid registrering av ett nytt konto på Facebook lämnas personliga uppgifter ut för att kunna skapa kontot, som namn, ålder, intressen och vilka skolor man har gått i och var man har jobbat. När dessa uppgifter är klara kan man ansluta sig till nätverk, om skolan man har gått i finns med på Facebook's lista kan man ansluta sig till det nätverket osv. Med hjälp av inställningarna kan man ordna så att bara de närmsta vännerna kan se den personliga informationen man har på sitt konto, man kan också låta alla få tillgång till den informationen. På det viset kan man justera vilka som ska få tillgång till kommentarer, konversationer och statusuppdateringar. Statusuppdateringarna kan användas för att beskriva vilken situation man befinner sig i, om man vill dela något med resten av sitt nätverk eller för att uttrycka en tanke eller en känsla. Chatt och e-mailfunktion finns också på Facebook och på det viset kan man hålla kommunikationen borta från det offentliga. (www.facebook.com)

Idag består Facebook av drygt 1200 anställda och över 500 miljoner användare världen över och hälften av alla svenskar är med i sociala nätverk på webben (www.e24.se).

1.5.2 Twitter

Twitter är en den mest välkända mikroblogger i världen och har över 100 miljoner användare. Twitter skiljer sig från Facebook på den punkten då det för det första inte är ett digitalt nätverk/ community där syftet i första hand inte är kontakten med folk, utan Twitter är en blogg, där man skickar inlägg på max 140 tecken och kommenterar något, eller vill uttrycka något publikt (www.twitter.com). Med detta sagt ska man inte dra slutsatsen att Twitter saknar någon form av digitala relationer eftersom vänner ofta läser och kommenterar varandras bloggar, men i första hand är bloggarna mer intresserelaterade och därför följer folk som har samma intressen varandras bloggar, och dessa behöver inte nödvändigtvis alltid

känna varandra sedan tidigare. Twitter som i grund och botten är en blogg inte annorlunda. Dessa korta meddelanden eller kommentarer är kända som “tweets”, och de som följer dessa “tweets” kallas “twittrare”. Twittret sprids snabbt då de kan vidarebefordras och har blivit en populär trend i nyhetsbranschen. Twittret skickas genom olika medel som SMS, RSS (www.twitter.com).

1.6 Min bakgrund

Under min tid som student har ett intresse kring arbetspsykologi och motivation och vad som framför allt driver motivationen väckts. Jag har under min studietid själv upplevt frågan om motivation som väldigt viktig och sökt att fördjupa mig i den genom de kurser som erbjudits. Medan vissa lärare har varit väldigt öppna och uppmuntrat oss att på egen hand hitta nya lösningar på ett kreativt sätt, har andra varit mer strikta och konventionella vad gäller direktiv om var, när och hur arbeten ska göras och läggas upp. Det friare och mer kreativa arbetssättet har varit en stark motivationsfaktor då den lämnade mycket utrymme för självförverkligande genom ansvarstagande. **Därför tycker jag att det är viktigt att belysa hur förbud mot sociala medier påverkar anställdas arbetsmotivation.**

2. Syfte

2.1 Bakgrund

Jag anser att självständighet (som jag kommer att mäta med variabeln frihetsgrader) under ansvarstagande (kvantitativa krav som ställs) på arbetstid och sociala medier är ett aktuellt ämne, då det blir allt vanligare att företag väljer att införa ett mer självständigt arbetssätt för sina medarbetare men samtidigt är osäkra på om de ska tillåta fri användning av internet och hur sociala medier på arbetsplatsen påverkar engagemanget. Då jag ser självständighet som en bidragande faktor i Maslows definition av självförverkligandet, ville jag undersöka om användning av sociala medier har inverkan på motivationen. Medarbetarna har själva ett stort eget ansvar och därför tyckte jag att det skulle vara ett utmärkt tillfälle att göra en undersökning om vilka fallgropar och möjligheter som finns med empowerment som det friare och mer självständiga arbetssättet. Jag vill undersöka kopplingen mellan självständighet under ansvarstagande på arbetstid och sociala medier och hur de påverkar arbetsengagemanget och motivationen.

2.2 Syfte

I och med att många arbetsgivare idag väljer att förbjuda tillgång till internetbaserade sociala medier för sina anställda jag vill belysa att användning av sociala medier inte behöver ses som något negativ utan kanske har till och med positiva effekter på anställdas motivation. Syftet med denna uppsats är att testa hypotesen huruvida motivationsnivåer i arbetet skiljer sig åt mellan anställda som använder sig av sociala medier och anställda som inte gör det. Mitt antagande är att de individer som känner fullt förtroende från arbetsgivaren och har möjlighet att använda sociala medier är mer motiverade på arbetsplatsen, det vill säga att förbud leder inte till högre engagemang.

Undersökningen kommer rikta sig enbart på de uppskattade värdena och inte på direkt påverkan av användning eller icke användning av sociala medier.

2.3 Hypotes

Min hypotes är: Arbetstagare som använder sig av sociala medier under arbetstid har högre arbetsmotivation än de som inte använder sig av sociala medier under arbetstid.

Vidare vill jag undersöka om ökad självständighet ökar arbetsmotivationen.

2.3 Avgränsningar

Jag kunde inte mäta den direkta påverkan av sociala medier på motivation, det vill säga hur en och samma grupp av individer presterar när de har tillgång till sociala medier och när de inte har det. Detta pga. att studien gjordes under begränsad tidsperiod och med begränsade medel.

En annan begränsning var att jag inte lyckades hitta original artiklar i elin databas till Nucleus Research och Brent Cookers undersökning som kommer att behandlas i avsnittet tidigare forskning. Jag försökte kontakta professor Brent Cooker via e-mail i hopp att få artikeln men fick inte något svar från honom.

I det här avsnittet kommer teorier om empowerment, motivation och krav att presenteras och deras koppling till självförverkligande.

3. Teorier

3.1 Empowerment

Empowerment är ett begrepp som har blivit så vanligt förekommande i vår begreppsvärld att den nu används nästan synonymt med självförverkligande. Individer försöker självförverkliga sig och tillfredsställa den sociala biten som de inte hinner med på hemmaplan, även på jobbet. Människan idag har ett behov av att självförverkligas på alla plan men ändå förbjuds användandet av sociala medier på många arbetsplatser. Empowerment är en teori som belyser hur viktigt det är för individer att ha hög självtillit, makt och kontroll (Trägårdh, 2000).

Förutsättningen för empowerment, det vill säga idéerna det bygger på är att alla människor har förmågan att identifiera sina egna problem men även tillgångarna för att finna en lösning till sina problem. Människan har den centrala rollen i sitt eget liv och anses vara den som har förmågan att skapa förändringar och styra över sitt egna liv. Människans strävan efter att öka kontrollen över sitt egna liv ger upphov till att uppfattningen om det egna jaget definieras i strävan efter den kontrollen, över den växande självtilliten men även tilliten till andra och insikten om att samhället inte är ett kristalliserat faktum, utan att det går att ändra. Den ökade kontrollen och förmågan att påverka och förändra kräver att människan är aktiv och kan delta och definiera sig med begrepp som delaktighet, egenmakt och demokrati (Forsberg & Starrin, 1997).

Raeburn & Rootman sammanfattar begreppet empowerment som: bidragande, självförtroende, deltagande, kompetens och kontroll. Med bidragande menas att man uppfattar sig själv som en resurs, att kunskapen och erfarenheterna som man har kan bidra till något och är något man vill dela med sig av och visa upp. Självförtroende är som det låter, en övertygan om självkänsla och den egna styrkan. Deltagande betyder att man har kommit till en punkt där man kan betrakta sig själv ur ett vidare perspektiv och i ett större sammanhang. Kompetens syftar på förmågan att på ett tillfredsställande sätt kunna utföra handlingar. Och med kontroll åsyftas insikten om den egna förmågan att påverka omvärlden och att man inte är en slav under kristalliserade samhällsförhållanden/ omständigheterna (Raeburn & Rootman, 1998).

Väsentliga inslag i empowerment är att medvetandegöra och stärka tilltro till den egna förmågan, den egna kunskapen och kompetensen (Svederberg, Svensson & Kindeberg, 2001).

Empowerment är en process som bryter vanmakt till vardagsmakt. Med jämlikhet som nyckelord kontrasterar empowerment det paternalistiska samhället som bygger på över och underordning och styr så samhällsordningen och relationen mellan människorna som lever i det. Empowerment å andra sidan, som har jämlikhet som attribut, söker inte bara social mobilisering och kollektivt engagemang utan erbjuder också motstånd till expertväldet. Kunskapsmässig medvetenhet, känslomässig klarhet, vilja och möjlighet att agera är vad som krävs för att möjliggöra detta (Bing, 2003).

Med självständighetsprocessen följer tre former av makt: social makt, politisk makt och psykologisk makt. Den sociala makten öppnar möjligheten att få tillgång till information, kunskap, färdigheter men även möjligheten att få tillträde till sociala organisationer och ekonomiska resurser. På det viset gynnar den sociala makten samhället på ett antal essentiella punkter och skapar ett välstånd som följd av uppkomsten av möjligheter. Den andra typen av makt är den politiska makten som har att göra med individens möjlighet att få delta i och påverka viktiga beslut som kan komma att ha en inverkan på hennes fortsatta liv. Den tredje typen av makt är den psykologiska makten kommer som en följd av att de två tidigare maktformerna har implementerats. Den psykologiska makten kan bäst beskrivas som känslan av egenmakt, en känsla som är närbesläktad med självförtroendet (Friedmann, 1992). Följden av empowerment är att sättet som människor uppfattar sig på förändras och ger dem möjligheten att bli aktiva och uppmärksammade på vad som händer i deras omgivning, empowerment ger dem möjligheten att ta befälet över sina egna liv här och nu, utan att behöva vänta på att någon annan skall ge dem tillstånd att få göra det de vill men kan ta saker i egna händer och skapa förändringar i situationer (Svederberg, Svensson & Kindeberg, 2001).

3.2 Motivation

Motivation är en psykologisk term för de processer som sätter i gång, upprätthåller och riktar beteende. Teorier om motivation förklarar varför vi över huvud taget handlar och varför vi gör vissa saker snarare än andra (Öhman, 2009). Motivation kan delas upp på vad vi kallar *inre motivation*, vår egen strävan att uppnå någonting, och *yttre motivation* som är en skapelse av utomstående faktorer som beror på hur någon annan kan motivera oss med till exempel belöning, befordrande och berömmelse (Svensson, 1989).

Den inre motivationen är den naturliga drivkraften i människan för att uppnå de mål som hon/han finner vara av betydelse, den är därför också mer varaktig tidsmässigt. Den yttre motivationen i form av bonus, extra förmåner och belöningar har en mer kortsiktig varaktighet på grund av att den ger stimulans endast tills man har uppnått det resultat som ger belöningen (Svensson, 1989).

De amerikanska forskarna Deci och Ryan (Kaufmann, 2005) påstår dessutom att den yttre motivationen kan ha eventuella bakomliggande effekter i form av betydande minskning av motivation i sin helhet. Detta sker i fall den yttre motivationen enbart blir ett medel för att uppnå ett visst resultat, utan att ta hänsyn till en långsiktig planering. Därför är det viktigt att försöka se till att den yttre motivationen överensstämmer med individernas mål.

I sin artikel definierar Martin (2006) motivation som den kognitiva inriktning som individen har mot ett speciellt mål, och engagemang som individens beteendemässiga inriktning mot samma mål. Begreppet *employee engagement* beskriver personal som känner sig inspirerad, stimulerad och motiverad att ge sitt bästa för att uppnå organisationens mål (Martin, 2006). Motivation kan också definieras som inriktning av krafter och intresse (www.ne.se, 2010).

I mitten av 1900-talet introducerade den amerikanske psykologen Abraham Maslow (Landy & Conte, 2007) sin teori om människans behov. Den förklarar på ett hierarkiskt sätt hur människornas behov är indelade och hur människan försöker nå toppen av pyramiden (se Figur 1). Maslow påstår att alla människor oavsett etnicitet, kön och kulturell tillhörighet har ”motivatorer” som driver dem för att komma högre upp i hierarkin.

Det första steget består av kroppens fysiska behov som till exempel mat, vatten och sömn. När människan har de grundläggande faktorerna från den första nivån vill den i nästa steg känna trygghet för sig själv och sin familj. Detta steg innebär också en känsla av trygghet och struktur över sitt liv i helhet.

Nästa behov som människan enligt Maslow strävar mot är behovet av att känna samhörighet, grupptillhörighet och intimitet. Det fjärde steget i Maslows behovspyramid är ”The esteem needs”, där ingår självkänsla, självförtroende och respekt från andra. Den sista nivån som människan kan uppnå är ett självförverkligande, till exempel i form av självständigheten och friheten att vara kreativ.



Figur 1. Maslows behovspyramid.

Frederick Herzberg vidareutvecklade Maslows teori och delade in människans behov i två grupper (Herzberg, Mausner & Bloch Snyderman, 2004). Dessa är *hygienfaktorer* som kan karakteriseras som summan av Maslows fysiska behov och trygghetsbehov, och *motivationsfaktorer* som representerar de sociala och tillfredställande behoven i Maslows pyramid.

Herzbergs tvåfaktorsteori grundade sig i att hygienfaktorer inte fungerar som motivatorer som Maslow menade, utan snarare är bidragande orsaker till att behålla människan nöjd. Enligt Herzberg var det först erkännande över individens prestation från medarbetarna och chefen som bidrog till att den anställde kunde känna viljan och engagemang att prestera bättre (Herzberg, Mausner & Snyderman, 2004).

Vroom presenterade 1964 en teori som kom att kallas VIE-teorin (Landy & Conte, 2007). Det är en så kallad förväntansteori som grundar sig på tre element: *valence*, *instrumentality* och *expectancy*, där av namnet VIE. Valence refererar till individens preferenser för ett visst resultat, hur individen värderar resultatet. Är det positivt eller negativt för individen, leder det till exempel till belöning eller till ett otillfredsställande arbete. Instrumentality innebär att man svarar på frågan: om jag presterar vad som förväntas av mig, får jag då det som utlovats? Elementet tar upp förhållandet mellan en prestation och dess förväntade resultat. Kommer det förväntade resultatet att påverka andra aspekter. Till exempel om individen presterar bra, leder det då till en eventuell befordran som i sin tur kan leda till en ökad arbetsbörda. Det sista elementet, expectancy, står för en individs tro på att ett visst beteende, så som hårt arbete, kommer leda till ett visst resultat, till exempel högre lön.

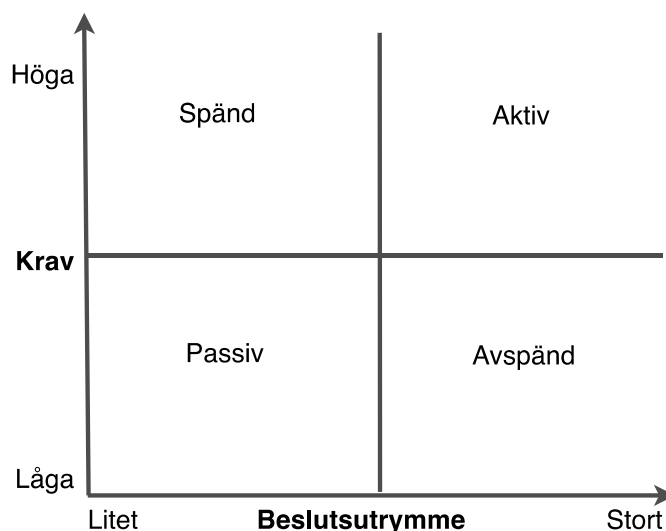
Sammanfattningsvis förväntar sig individen att ett visst beteende, till exempel hårt arbete, leder till ett visst resultat, till exempel högre lön (expectancy). Detta primära resultat leder

vidare till ett sekundärt resultat, till exempel ökade förväntningar från arbetsgivaren (instrumentality), och hur stor betydelse detta sekundära resultat har i förhållandet till det primära resultatet (valence). Enligt teorin beror alltså individens motivation på hur de här elementen värderas.

3.3 *Krav*

De anställda måste uppleva att de har kontroll över sitt arbete. Möjligheterna att kunna hantera sin arbetssituation är i hög grad relaterade till upplevd stress (Fernet, Guay & Senécal, 2002). Robert Karasek har studerat sambandet mellan psykiska krav och den kontroll som individen har över att kunna påverka sitt beslutsutrymme. Han utformade den så kallade krav-kontroll-modellen (Figur 2) som beskriver det sambandet (Karasek & Theorell, 1990).

Tillsammans med Theorell granskade han upplevelse av kontrollen och inflytandet över arbetssituationen som den anställda befinner sig i. De kom fram till att för höga krav i en kombination med låg kontroll över sin arbetssituation bidrar till utveckling av stress hos den anställda. Om detta fortgår under en lång tid så kan det leda till allvarliga stress- och utmattningsproblem (Fernet, et. al, 2002).



Figur 2. Karaseks krav- kontroll modell.

I Karasek och Theorells modell (1990) beskrivs två dimensioner, krav och beslutsutrymme, vilka tillsammans bildar fyra kategorier av arbetssituationer. Dessa är *passiv*, *avspänd*, *spänd* och *aktiv*. I den passiva kategorin känner den anställda att han/hon har låga krav på sig samt låg kontroll att påverka sin arbetssituation och kan därför ses som passiv i sitt förhållande till arbetet. Ifall den anställda känner att den har låga krav på sig men stort utrymme att påverka

sin arbetssituation karakteriseras hon/han som avspänd i sitt förhållande till arbetet. I den tredje kategorin råder en spänd arbetssituation med höga krav på de anställda samt ett litet beslutsutrymme. Risken är stor för att individen skall drabbas av skadliga reaktioner på grund av negativ stress. Detta tillstånd minskar också produktiviteten bland de anställda. Den mest produktiva kategorin är den med höga krav men samtidigt hög kontroll och beslutsutrymme som gör att arbetet ses som mer utmanande och mindre påfrestande. Det blir ett ”aktivt lärande” där den anställde får möjlighet till att utnyttja sin produktivitet och kompetens. Den aktiva kategorin karakteriseras också av en positiv aktivering som personen kan hantera. Ständig hög arbetsbelastning över en längre period är däremot inte bra eftersom den i slutändan kan leda till överansträngning och utmattning.

Som tidigare nämnts är det viktigt att de anställda måste uppleva att de har kontroll över sitt arbete. Möjligheten att hantera sin situation är en av de viktigaste aspekterna för vilken nivå av stress som individen upplever (Theorell, 2004).

Karaseks modell tar dock inte hänsyn till individuella skillnader. Fernet, Guay och Senécal (2002) skriver att Parkes utvecklade teorin och menade att individuella egenskaper kan påverka krav- kontroll modellen både positivt och negativt. Ifall individen har välfungerande copingmekanismer, god självkänsla och en ”proaktiv personlighet” (individer som konstant ser framåt och söker efter nya vägar) kommer individen sannolikt att vara mer effektiv och bättre hantera de krav som ställs. I Parkes studier har det vidare visat sig att individer med bättre copingmekanismer känner mindre påfrestning när de har hög nivå av kontroll över arbetet. Individer med sämre copingmekanismer känner snabbare emotionell utmattning även om de har hög kontroll över arbetet.

Coping kan beskrivas som det arbete individen lägger ner, kognitivt eller beteendemässigt, för att tackla de utmaningar som individen anser att man inte klarar av att möta (Näswall, Hellgren & Sverke, 2008).

Self determination theory (SDT) är en motivationsteori som har som utgångspunkt att människor är aktiva organismer som vill växa och utvecklas. Motivation är, enligt Deci och Ryan (2000), en drivkraft till beteende. Enligt SDT utgörs motivation på alla livets områden av tre fundamentala psykologiska behov, nämligen kompetens, autonomi och samhörighet, där autonomi utgör den största och viktigaste delen. Inre motivation reflekterar människans inneboende potential att utforska och att lära sig nya saker. Den kännetecknas av ett spontant intresse inför en uppgift som åtföljs av utforskande, glädje och kreativt lärande. För att den inre motivationen skall infinna sig krävs det att människor har och upplever valfrihet och att de kan initiera och reglera sina egna handlingar. Yttre motivation hänför sig till att utförandet av en aktivitet eller prestation beror på att man förväntar sig ett visst resultat. Aktiviteter och

uppgifter utförs för att undvika bestraffning, eller för att uppnå någon form av belöning. Deci och Ryan (2000) hävdar att tidigare teorier om motivation har fokuserat på hur mycket motivation som människor har när de utför vissa aktiviteter eller beteenden. De menar att vilken sorts motivation som människor domineras av, bättre förutsäger styrkan och riktningen i ett beteende, än den totala summan av motivation (Deci och Ryan, 2000).

3.4 Tidigare forskning

3.4.1 Korta pauser

I och med att många företag tvekar att låta sina anställda ta korta raster undersöktes om det fanns tidigare empiriska studier kring problematiken. Det har inte utförts alltför många studier kring påverkan av ”mer fritid” vad det gäller arbetsengagemang men från tidigare forskning som har hittats kan vi se att längre raster inte behöver påverka engagemanget och produktionen på ett negativt sätt (Bechtold, 1984). Bechtold med fl i har i sin studie visat att optimal rast schemaläggning är någonting uppgiften kräver, ett kretslopp för den totala varaktigheten av uppgiften. En grundläggande slutsats med denna studie var att korta pauser varje timme eller halvtimme inte hade någon negativ påverkan på produktionen. Tvärtom förbättrades produktionstakten i arbetsdagens sena timmar när arbetarna fick tätare vilopauser. Däremot har splittring av tiden för pausen i kortare och mer frekventa viloperioder tenderat att öka uppgifternas avbrott, och accepterades av majoriteten av arbetstagarna (Bechtold et al. 1984).

3.4.2 Facebookanvändnings påverkan på medarbetarnas engagemang och produktivitet

Vad det gäller direkt koppling mellan facebookanvändningen och anställdas motivation och produktivitet av de studier som finns, hittar man ofta blandade resultat. Den oftast anförda studien som genomfördes av Nucleus Research år 2009, fann en 1,47% förlust i de anställdas produktivitet. Denna studie, som byggde på ett mycket litet urval av anställda (dvs 237 slumpmässigt utvalda kontor anställda) har lett till att många chefer och konsulter dragit slutsatsen att organisationer bör begränsa eller förbjuda tillträde till sociala nätverkssajter (www.marketingcharts.com).

Åt andra sidan menar professor Dr Brent Coker från Melbourne universitet att Nucleus Research inte ser helheten då han med sitt team kom till helt andra resultat. Coker studerade också ett litet urval av kontorsanställda (300 för att vara exakt) men fann att de som tog små pauser och använde sociala medier mellan aktiviteter var 9% mer produktiva

än sina kollegor som inte gjorde det. "Det ger dem en chans att återställa sin koncentration, säger Coker och menar vidare att företag som blockerar tillgången till sociala nätverkssajter som Myspace och Facebook faktiskt oavsiktligt minskar de anställdas produktivitet (www.readwriteweb.com)

I metod delen presenteras deltagarna, procedur och insamlad data från enkätundersökningen.

4. Metod

Som metod valde jag enkätundersökning då jag tyckte att det var viktigt att få mycket data från olika arbetsplatser inom samma bransch. Det var också passande i och med att undersökningen riktade sig mot kontorsanställda med tillgång till dator att man skulle använda sig av internetenkät och fylla i svar i sin naturliga miljö. På grund av detta valdes kvantitativa framför den kvalitativa metoden.

4.1 Deltagare

136 individer deltog i undersökningen. De var fördelade på 75 (55 %) kvinnor och 61 (45 %) män. Deltagarna fördelade sig på följande åldersgrupper: under 24 år 31 deltagare (21,6 %), 25-34 år 38 deltagare (28,4 %), 35-44 år 33 deltagare (24,6 %), 45-54 år 21 deltagare (15,7 %), 55-64 år 12 deltagare (8,9 %) och över 65 år en deltagare (0,75 %). Deltagarna rekryterades från 60 företag i södra Sverige. Företagen kom från Ideon science park i Lund samt Kalmar science park. Företagen är verksamma inom service och försäljningsområdena och är av liknande storlek med ca 5 anställda. Urvalet var tänkt att rikta sig till anställda som använder dator i sitt dagliga arbete.

Totalt skickades 60 enkäter ut som vidarebefordrades till ca 5 anställda på arbetsplatsen vilket betyder i sin tur att den delades allt som allt ut till ca 300 anställda. Av dessa returnerades 136 (45,3 %). Det innebär ett bortfall på 164 (54,7 %).

4.2 Procedur

Först kontaktades företagen för att be om tillåtelse för att skicka och vidarebefordra enkäten till deras anställda. På alla 60 av arbetsplatserna distribuerades formulären via e-post till kontaktperson på företaget, som i sin tur distribuerade den till de anställda. För att locka så många deltagare som möjligt lovades en utlottning av mobiltelefon. Det har hela tiden funnits möjlighet för deltagarna att kontakta mig för eventuella frågor, då kontaktuppgifter fanns med på enkätens presentationsblad. Datainsamlingen utfördes under cirka tre veckors tid.

4.3 Material

Materialet bestod av ett frågeformulär (Bilaga A) som har satts samman utifrån befintliga skalor som är relaterade till frågor om inflytande över arbetet, frihetsgrader över arbetet, sociala relationer och social tillhörighet, krav och motivation. Enkäten bestod av tre delar. Den första delen frågade om bakgrundsinformation om respondenten och bestod av tre frågor om kön, ålder och frågor kring användning av sociala medier.

Den följande delen var hämtad ur Copenhagen Psychosocial Questionnaire (COPSOQ). COPSOQ är ett verktyg som är framtaget för att undersöka och förbättra den psykosociala arbetsmiljön (Kristensen, et. al, 2005). De skalor som användes var *kvantitativa krav* (sju frågor), *frihetsgrader* (fyra frågor), *arbetets mening* (tre frågor), *engagemang för arbetsplatsen* (fyra frågor), *sociala relationer* (två frågor) och *känsla av tillhörighet* (tre frågor). Responsskalorna var femgradiga, där 1 = *I mycket liten utsträckning* alternativt *Aldrig/Nästan aldrig* och 5 = *I mycket stor utsträckning* alternativt *Alltid*, utgjorde ändpunkter på skalan.

Den sista delen i enkäten var en öppen fråga där deltagaren kunde få skriva ner sina egna tankar kring sociala mediernas roll i motivation på deras arbetsplats.

4.4 Validitet och reliabilitet

Med validitet menas hur pass väl en metod mäter det den avser att mäta och är kopplat till hur analysen sker och vilken tekniken är. Medan ekologisk validitet är kopplat till miljön där undersökningen genomförs och hur den här omgivningen påverkar resultatet. Jag ansåg att det var viktigt att studien genomfördes i en autentisk miljö. Den ekologiska validiteten när undersökningen genomfördes var hög, eftersom anställda kunde fylla i enkäterna utan någon press, när de hade tid i sin naturliga arbetsmiljö. (Sharan B. Merriam 1994).

Reliabilitet innebär i vilken mån resultatet kan upprepas och huruvida man skulle kunna få samma resultat om samma undersökning genomfördes på exakt samma sätt fast på andra personer. Jag använde mig av Cronbach's alpha för att mäta mätningens instrumentets inre konsistens.

Skalorna uppvisade följande mått (Cronbach's alpha, där siffrorna inom parentes representerar de ursprungliga alpha-värdena som rapporterades av Kristensen, et al, 2005): kvantitativa krav, $\alpha = .52 (.80)$, frihetsgrader, $\alpha = .93 (.86)$, arbetets mening, $\alpha = .86 (.77)$, engagemang för arbetsplatsen, $\alpha = .77 (.74)$, sociala relationer, $\alpha = .84 (.61)$ och känsla av tillhörighet, $\alpha = .80 (.63)$. Enligt Aron, et al.(2004) är kravet på Cronbach's alpha att värdet ska uppgå till .60 för att det ska vara acceptabelt, medan .90 är att föredra. Eftersom skalans kvantitativa krav enbart uppnådde .52 utförde jag en item-analys vilken resulterade i att uppgift 13 i enkäten

togs bort, i och med detta ökade Cronbach's alpha till $\alpha = .79$. **Man kan konstatera att resultaten uppvisade hög inre konsistens över alla skalor.**

4.5 Dataanalys

Efter undersökningen delades deltagarna i två grupper varav den ena var anställda som använder sociala medier och, den andra gruppen anställda som inte gör det. Dessa två grupper kommer härnäst benämnas som icke SM (icke social mediagrupp) och SM (social media grupp). Databearbetningen gjordes i programmet SPSS, version 19. Efter inmatning av data beräknades all deskriptiv statistik för kön, ålder och eventuell användning av sociala medier. Därefter utförde jag korrelationsanalyser (Pearson) mellan medelvärdena av samtliga variabler och t-test för oberoende medelvärden mellan de två grupperna. För en av deltagarna ströks skalan engagemang för arbetsplatsen då det saknades svar på två av fyra item; samma deltagare hade inte svarat på skalan arbetets mening. En av deltagarna svarade inte på fråga nr 28 och en deltagare lämnade fråga 22 obesvarad; dessa bortfall hanterades som missing data av SPSS.

4.6 Resultat

Avsikten med studien var att analysera skillnader i krav och motivation mellan anställda som använder sociala medier i sin vardag och dem som inte gör det. Jag avsåg även att analysera eventuella samband mellan krav, frihetsgrader och motivation. Jag valde även att studera skalorna kring känsla av tillhörighet på arbetsplatsen för att försöka få klarhet kring problematiken.

4.6.1 Skillnader mellan grupperna

Vid sammanställning av data hade 79 personer som hade angett att de tillhörde gruppen som använder någon form av social media (facebook $n=59$, twitter $n=5$, annan form av social media $n=15$). Dessa tre grupper slogs samman för att utgöra en social media grupp (SM) bestående av 79 personer. 52 anställda svarade att de inte använder sociala medier och utförde icke social media grupp (Icke SM).

Tabell 1 visar medelvärden, standardavvikelse och antal respondenter för de olika skalorna i enkäten. I tabellen framkommer bland annat att det högsta medelvärdet för samtliga deltagare finns på skalan arbetets mening ($M = 3.85$, $SD = .86$). Ett One-Sample t-test utfördes som visade att resultatet är signifikant skiljt från skalans mittpunkt. De flesta skalor uppvisar ett ganska högt mått av spridning, vilket tyder på stor variation mellan deltagarna.

I tabell 1 framkommer det att social media grupp gav signifikant högre skattningar på samtliga skalor förutom på skalan arbetets mening. För skalan kvantitativa krav rapporterades $M =$

3.35 (icke SM) och $M = 3.80$ (SM), $t(102) = -2.36$, $p < .05$. För skalan frihetsgrader rapporterades $M = 2.53$ (icke SM) och $M = 3.23$ (SM), $t(102) = -3.49$, $p < .05$. För skalan sociala relationer $M = 2.17$ (icke SM) och $M = 2.83$ (SM), $t(102) = -3.23$, $p < .05$. För skalan engagemang för arbetsplatsen rapporterades $M = 3.03$ (icke SM) och $M = 3.57$ (SM), $t(101) = -2.55$, $p < .05$. För skalan känsla av tillhörighet rapporterades $M = 2.72$ (icke SM) och $M = 3.38$ (SM), $t(101) = -3.01$, $p < .05$.

Tabell 1

Medelvärde, standardavvikelse för skalorna i enkäten, för grupperna icke social media, social media och samtliga deltagare i studien

| Variabel | Icke SM | | | SM | | | Samtliga deltagare | | |
|------------------------------|---------|------|----|--------|-----|----|--------------------|------|-----|
| | M | SD | N | M | SD | N | M | SD | N |
| Kvantitativa krav | 3.35 | .87 | 79 | * 3.80 | .81 | 52 | 3.47 | .87 | 136 |
| Frihetsgrader | 2.53 | .88 | 79 | * 3.23 | .88 | 52 | 2.72 | .93 | 136 |
| Sociala relationer | 2.17 | .88 | 79 | * 2.83 | .93 | 52 | 2.35 | .94 | 136 |
| Engagemang för arbetsplatsen | 2.66 | .94 | 79 | * 3.57 | .91 | 52 | 3.17 | .95 | 135 |
| Arbetets mening | 3.78 | .88 | 79 | 4.05 | .80 | 52 | 3.85 | .86 | 136 |
| Känsla av tillhörighet | 2.72 | 1.03 | 79 | * 3.38 | .81 | 52 | 2.90 | 1.01 | 136 |

*. Signifikant t-test, $p < .05$

4.6.2 Samband mellan krav och motivation

Tabell 2 visar att korrelationen mellan kvantitativa krav och engagemang för arbetsplatsen är svag, $r(136) = .15$, den är inte heller signifikant. Samma faktum gäller relationen mellan kvantitativa krav och arbetets mening, $r(136) = .07$. Det finns ett medelsvagt positivt samband mellan kvantitativa krav och känsla av tillhörighet, $r(136) = .21$, $p < .05$. Tabell 2 visar också att korrelationen mellan kvantitativa krav och frihetsgrader är starkt positiv, $r(136) = .43$, $p < .01$. Även mellan frihetsgrader och sociala relationer råder liknande förhållande, $r(136) = .66$, $p < .01$. Vad gäller relationen mellan frihetsgrader och engagemang för arbetsplatsen är även det sambandet positivt, $r(136) = .62$, $p < .01$.

Tabell 2 visar ytterligare att korrelationen mellan sociala relationer och engagemang för arbetsplatsen, $r(105) = .50$, $p < .01$ och känsla av tillhörighet, $r(136) = .63$, $p < .01$ är starkt positiv. Sambandet mellan engagemang för arbetsplatsen och känsla av tillhörighet är medelstarkt $r(136) = .36$, $p < .01$. Även mellan arbetets mening och har engagemang för arbetsplatsen finns ett positivt samband, $r(136) = .58$, $p < .01$. För att definiera korrelationsstyrkan användes Cohens riktlinjer (Aron, Aron & Coups, 2006).

Tabell 2

Korrelationer (Pearsons) mellan samtliga skalor för samtliga deltagare. Värden inom parentes representerar antal personer inkluderade i respektive korrelation



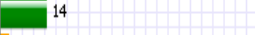
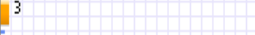

| Variabel | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-----|---|
| 1. Kvantitativa krav | - | | | | | |
| 2. Frihetsgrader | .43** | - | | | | |
| 3. Sociala relationer | .24* | .66** | - | | | |
| 4. Engagemang för arbetsplatsen | .16 | .62** | .50** | - | | |
| 5. Arbetets mening | .07 | .23* | .24* | .58** | - | |
| 6. Känsla av tillhörighet | .21* | .28** | .63** | .36* | .09 | - |

** . Korrelationen är signifikant till en nivå av .01. (2-tailed)

* . Korrelationen är signifikant till en nivå av .05. (2-tailed)

4.6.3 Den öppna frågan

I den öppna frågan fick jag en del intressanta svar från deltagarna angående hur tillgång till sociala medier på deras arbetsplats påverkar deras motivation och engagemang i arbetet. Av de personer som tog sig tid att svara på den frågan (n= 55) rörde sig bruket av sociala medier om att personerna i fråga jobbar i sina egna kontor och upplever sin tillvaro som isolerad. Genom att ha Facebooksidan uppe kan personerna ”scrolla” upp och ner för att se vad andra arbetskamrater, vänner och familj sysslar med, och på det viset mättar de det sociala behovet. Andra personer som hade väldigt krävande arbetsuppgifter och som kände en press på sig att prestera, brukade de sociala medierna som ett sätt att hålla kontakten med närstående, då tiden utanför arbetet inte alltid räckte till. I övriga fall har personerna svarat att de använder sociala medier som ett sätt att hålla kontakten med sina arbetskamrater, dvs. istället för mobil och mail-kontakt, och på detta viset brukas de sociala medierna i ett jobbsyfte men även för att känna sig social. I majoriteten av fallen skedde den här användningen inte under arbetstiden, utan under rasten. I tabell 3 kan vi se också att majoriteten av anställda, 63,55% använde sociala medier mindre än 15 minuter och om gruppen som använde sociala medier upp till 30 minuter adderades till var procentantalet 82,24%. Attityden hos de som tilläts att använda sociala medier på arbetsplatsen var avslappnad och personerna upplevde att friheten och kravet på självständigt ansvarstagande grundade sig på en tillit mellan de anställda och arbetsgivarna.

| 8 | Hur många minuter i genomsnitt per dag använder du sociala medier på jobbet? | Antal | Procent | Grafisk illustration |
|---|--|-------|---------|---|
| 1 | 1. Mindre än 15 min | 68 | 63,55% |  |
| 2 | 2. 15 till 30 min | 20 | 18,69% |  |
| 3 | 3. 30 till 60 min | 14 | 13,08% |  |
| 4 | 4. Mellan 1 och 2 timmar | 3 | 2,80% |  |
| 5 | 5. Mer än 2 timmar | 2 | 1,87% |  |

Tabell 3: Utdrag ur resultat-sammanställningen på relationwise.se av fråga nr 8 från internet enkäten.

5. Analys och diskussion

I och med globaliseringen som är en ständig förändringsprocess har trycket på arbetslivet successivt ökat, genom att arbetet kräver mer och människor inte har mycket tid över för det sociala livet efter arbetstimmarna. Samtidigt har arbetslivet underlättats av de nya teknologiska medlen som introducerats de senaste 15 åren. Datorer och mobiler har öppnat möjligheterna för människor att ständigt kunna nå varandra, oberoende av tid och rum. Det sociala livet har kompenserats av de nyintroducerade sociala medierna som har expanderat de senaste fem åren. En del företag och organisationer tvekar att tillåta användning av sociala medier, i brist på forskning om ämnet och hur användning av sociala medier påverkar arbetet, drar sig vissa företag och organisationer för att tillåta de anställda surfa på sajter som Facebook eller Twitter. Tidigare studier som har gjorts i ämnet har visat kontradiktoriska resultat vad det gäller produktivitet och de sociala mediernas användning.

Syftet med denna uppsats var att testa hypotesen om motivationen på arbetet skiljer sig mellan anställda som använder sig av sociala medier under sin arbetstid och anställda som inte gör det för att de inte får det. Mitt antagande var att gruppen som använder sig, och som får använda sig av sociala medier skulle uppvisa en högre grad av motivation. Min avsikt var även att undersöka hur sambandet mellan frihet under ansvar för krav som ställs och hur motivationen i arbetet ser ut.

När det gäller min hypotes fick jag fram ett resultat som indikerade att det existerade signifikanta skillnader mellan grupperna i flera av de skalorna som studerades. Dessa skalor var: kvantitativa krav, frihetsgrader, arbetets mening, engagemang för arbetsplatsen, sociala relationer och känsla av tillhörighet. För samtliga av dessa skalor skattade gruppen som använder sig av sociala medier ett högre värde än vad gruppen som inte använder sig av sociala medier på arbetsplatsen gjorde.

Korrelationsanalysen visade signifikanta samband mellan flera av de skalor som testades. Till exempel korrelerade sociala relationer starkt med både frihetsgrader, arbetsengagemang och känsla av tillhörighet. Frihetsgrader korrelerade också starkt engagemang på arbetsplatsen och med kvantitativa krav. Resultaten visar även att arbetets mening och känsla av tillhörighet påverkar engagemang på arbetet. Högre skattningar på samtliga skalor, förutom skalan arbetets mening, visar också att det finns signifikanta skillnader mellan grupperna som använder sig av sociala medier och de som inte gör det vad det gäller arbetsengagemang, känsla av tillhörighet och sociala relationer.

En förklaring till uppvisat samband mellan frihetsgrader och arbetsengagemang är Karaseks krav-kontroll modell där anställda som känner att de har kontroll att påverka sitt beslutsutrymme är aktiva och mer produktiva. Vidare, visar korrelation mellan användning av sociala medier och

engagemang att även individens välfungerande copingmekanismer och goda självkänsla bidrar till ökat engagemang då individen hanterar kraven som ställs bättre. Även Bing behandlar den här frågan i sin empowerment teori där kontroll och självförtroende bidrar till självförverkligande. Resultatet av undersökningen stöds av dessa teorier.

Vidare kan man också se kopplingar till Maslows behovspyramid. Gruppen som använder sociala medier upplever större gemenskap med sin familj och vänner som definieras i det tredje steget i pyramiden – ”Gemenskap”. Vidare upplever individer att tillit under ansvar som de får från sina överordnanden, genom möjligheten att använda internet fritt, att de respekterar dem som individer. Anställda som använder sociala medier får även uppskattning genom ökad kommunikation, som t.ex. ”Gilla” funktionen på Facebook där andra användare kan trycka på ”Gilla-knappen” när de läser ett inlägg man själv har gjort, eller något foto man har publicerat, genom den här bekräftelsen från andra ökas självförtroende. Det ingår i nästa steg som Maslow definierade som ”Uppskattning”. En del deltagare har även skrivit i den öppna frågan att de upplever de nya sociala medierna som ett nytt medel som ökar kommunikationen och bidrar till högre kreativitet och snabbare problemlösning. Samtidigt kan vi se detta tillåtande av sociala medier på arbetsplatserna som att de anställda inte hindras i utvecklingen mot en allt mer globaliserande värld. Istället känner anställda ett visst självförverkligande då de kan ”hänga med” i dagens trender utan att arbetet blir lidande. Och ”självförverkligande” är toppen på Maslows behovspyramid.

Herzberg däremot ser socialt umgänge och familj som de grundläggande *hygienfaktorerna* som behåller människan nöjd men som inte bidrar till någon ökad motivation. Om det här resonemanget skulle vara korrekt innebär det en motsättning i den slutsatsen jag fann i Maslows teori, då Herzberg inte ser trygghetsfaktorerna som *motivationsfaktorer*. Men även hos honom hittar man eget ansvar och erkännande, som man till ex. får genom kommentarer på sin statusuppdatering på Facebook eller Twitter, som motivationsfaktorer. Min undersökning pekade på att både arbetets mening och frihetsgrader har ett starkt samband med engagemang för arbetsplatsen. Resultatet kan tolkas som att i ju högre grad individen får ”bestämma själv” och har ett emotionellt engagemang på sin arbetsplats desto högre mening får arbetet. Herzberg menade att det var de övre stegen i Maslows behovspyramid som motiverade individen, de så kallade motivationsfaktorerna. Resultatet i studien stämmer därmed delvis överens med Herzbergs teori.

Även Vroom i sin expectancy teori menade att individen tror att ett visst beteende påverkar resultatet. I mitt resultat kan det tyda på att individerna som får använda sociala medier ser ett ökat engagemang både för arbetsplatsen, men kanske framförallt för att prestera som ett sätt att behålla tilliten och den goda relationen med de överordnade. Det i sin tur kan tolkas som att den yttre motivationen skulle vara en stark faktor i gruppen som använder sig av sociala medier.

Likaså self determination theory som Deci och Ryan beskrev visar att signifikanta skillnader mellan grupperna som jag fick i t-testet för sociala relationer och frihetsgrader bidrar till ökad autonomi och samhörighet och därmed höjer motivation hos de anställda.

Proceduren i genomförandet kan ha skiljt sig åt mellan de olika arbetsplatserna. Enkäten har inte fyllts i under standardiserade former, och jag har därmed inte haft någon kontroll över eventuella yttre omständigheter som kan ha påverkat resultatet. Vad gäller resultatets generaliserbarhet så får jag ta i beaktande vilka deltagarna var. Jag har haft en ganska jämn fördelning för både kön och ålder. Jag hade också deltagare från liknande branscher med liknande typer av arbeten och kan därför göra en generalisering av studien till kontorsanställda med tillgång till dator.

När det gäller enkäten så kunde frågan om ålder och kön ha utformats på ett annat sätt. I en rapport ska man redovisa snittålder och standardavvikelse. Då jag enbart frågade om vilken åldersgrupp deltagaren tillhörde så är de beräkningarna inte möjliga att genomföra. I efterhand har jag även insett att placering av frågor om kön och ålder kan bygga ”stereotypot” på alla efterföljande frågor. Jag hade även kunnat omplacera frågorna om privatsurfande så att dem inte omedvetet skall kunna uppvärdera sin arbetsinsats. Som jag redan har nämnt i mina avgränsningar skulle det ha varit intressant att mäta direkt påverkan av sociala medier på arbetsengagemang och motivation och inte bara uppskattade värden för att på ett mer precist sätt kunna jämföra med Maslows teori.

5.1 Tillämpningsmöjligheter av resultatet och förslag till vidare forskning

Undersökningen lyckades ge en ny synvinkel på hur sociala medier ökar arbetsengagemanget men framförallt hur självständigheten ökar arbetsmotivationen. Mycket av den oro som företagen har upplevt över bruket av sociala medier visade sig vara obefogad. Resultateten visade att anställda som får tillgång till sociala medier överlag inte missbrukar användningen utan brukar sociala medier upp till ca 30 minuter. Istället visade sig att ökad självständighet och möjlighet till social kommunikation över internet ökade arbetsmotivationen hos anställda då dem upplever att dem kan självförverkliga sig på alla plan.

En synvinkel som skulle kunna vara intressant att undersöka i en framtida studie i Sverige då det ännu inte finns någon sådan och se hur motivationen kan förändras över tid hos dem som har möjlighet att använda sociala medier och den andra gruppen som inte har den möjlighet under standardiserade former.

Referenser

Litteraturlista:

- Anonym. (2010). *Engagemang*. I NE.se. Hämtad 15 november 2010 från <http://www.ne.se>
- Arnold B. Bakker, Hetty van Emmerik and Martin C. Euwema (2006). *Crossover of Burnout and Engagement in Work Teams*. Contemporary Educational Psychology, Hämtad från <http://elin.lub.lu.se.ludwig.lub.lu.se/elin?lang=se>
- Aron, A., Aron, E. N. & Coups, E. J. (2006). *Statistics for psychology* (fourth edition). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bailey, R. & Clarke, M. (1992). *Att hantera stress i vården*. Arlöv: Almqvist & Wiksell förlag.
- Bakka, J. F., Fivelsdal, E. & Lindkvist, L. (2001). *Organisationsteori*. Malmö: Liber Ekonomi.
- BECHTOLD, S. E., JANARO, R. E. and SUMMERS, D. W. L. 1984, *Maximization of labor productivity through optimal rest break schedules*. Management Science. Hämtad från <http://elin.lub.lu.se.ludwig.lub.lu.se/elin?lang=se>
- Bing, V. (2003). *Små, få och fattiga - om barn och folkhälsa*. Lund: Studentlitteratur.
- Deci, L. & Ryan, M., (2000) *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York : Plenum P.
- Ekman, R. & Arnetz, B. (2005). *Stress*. Stockholm: Liber AB.
- Fernet, C., Guay, F. & Senécal, C. (2004). *Adjusting to job demands: The role of work self-determination and job control in predicting burnout*. *Journal of Vocational Behavior*. Hämtad från <http://elin.lub.lu.se.ludwig.lub.lu.se/elin?lang=se>
- Forsberg, E. & Starrin, B. (1997). *Frigörande makt – empowerment som modell i skola, omsorg och arbetsliv*. Stockholm: Gothia AB.
- Friedmann, J. (1992). *Empowerment – The Politics of Alternative Development*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Gibbons, T. & Murphy, K. J. (1999). *Optimal incentive contracts in the presence of career concerns*. *Journal of Political Economy*. Hämtad från <http://elin.lub.lu.se.ludwig.lub.lu.se/elin?lang=se>
- Giddens, A. (2007). *Sociologi*. Cambridge: Polity Press Ltd., (Studentlitteratur).
- Hallsten, L., Bellaagh, K. & Gustafsson, K. (2002). *Utbränning i Sverige – en populationsstudie* (Arbete och hälsa, 2002:6). Stockholm: Arbetslivsinstitutet.
- Herzberg, F., Mausner, B. & Bloch Snyderman, B. (2004). *The motivation to work*. Brunswick & New Jersey: Transaction publishers.

- Kaufmann, G. & Kaufmann, A. (2005). *Psykologi i organisation och ledning*. Lund: Studentlitteratur.
- Kristensen, T. S., Hannerz, H., Høgh, A. & Borg, V. (2005). *The Psychosocial Questionnaire – a tool for the assessment and improvement of the psychosocial work environment*. *Scand J Work Environ Health*. Hämtad från <http://elin.lub.lu.se.ludwig.lub.lu.se/elin?lang=se>
- Johansson, T. & Lalander P. (2010) *Vardagslivets socialpsykologi* (1. Uppl) Malmö : Liber
- Landy, F. J. & Conte, J. M. (2007) *Work in the 21st century* (second edition). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Merriam Sharan B, (1994), *Fallstudien som forskningsmetod*, Studentlitteratur, Lund
- Näswall, K., Hellgren, J. & Sverke, M. (2003). *Anställningsotryggheten - Individerna på den flexibla arbetsmarknaden*. Lund: Studentlitteratur.
- Näswall, K. Hellgren, J. & Sverke, M. (2008) *The Individual in the Changing Working Life*. Cambridge: University Press
- Raeburn, J. & Rootman, I. (1998). *People-centred health promotion*. Chichester: Wiley
- Svederberg, E., Svensson, L., Kindeberg, T. (2001). *Psykologi i hälsofrämjande arbete*. Lund: Studentlitteratur.
- Svensson, A. (2001). *Belöningsystem*. Stockholm: Sipu Förlag.
- Theorell, T. (2004). *Psykosocial miljö och stress*. Lund: Studentlitteratur.
- Trägårdh, L. (2000). *Empowerment och egenmakt*. Stockholm: Centrum för Välfärd efter Välfärdsstaten.
- Öhman, A. (2010). *Motivation*. I NE.se. Hämtad 15 november 2010 från <http://www.ne.se>

Internetkällor:

<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,6164000,00.html>

http://www.e24.se/business/it-och-telekom/facebooks-varde-ger-oro-for-ny-it-bubbla_2541981.e24, hämtad 5 oktober 2010.

<http://www.facebook.com/facebook>, hämtad 5 oktober 2010.

<http://www.marketingcharts.com/interactive/social-notworking-costs-companies-15-of-productivity-9893/>, hämtad 7 november 2010.

http://www.readwriteweb.com/archives/facebook_at_work_helpful_or_a_hazard.php, hämtad 7 november 2010.

<http://twitter.com/about#about> , hämtad 10 november 2010.