



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Tolkningsproblematik och användning av sociala medier vid rekrytering

Kandidatuppsats 15hp SYSK02 i informatik

Framlagd: Juni 2012

Författare: Johan Lindahl & Henric Månsson

Handlerade: Markus Lahtinen

Examinatorer: Björn Johansson och Bo Andersson

Abstrakt

Titel	Tolkningsproblematik och användning av sociala medier vid rekrytering
Författare	Johan Lindahl Henric Månsson
Utgivare	Institutionen för informatik
Handledare	Markus Lahtinen
Examinatorer	Björn Johansson och Bo Andersson
Publiceringsår	2012
Uppsattstyp	Kandidatuppsats
Språk	Svenska
Nyckelord	Sociala medier, rekrytering, beslutsfattande, Facebook, LinkedIn, nätkoll

Abstrakt

Idag används sociala medier av människor över stora delar av världen och nu mer i en rad olika syfte, det handlar inte längre endast om att kommunicera med vänner eller skriva blogginlägg. Den stora mängd information som genom sociala medier sprids över internet kan således utnyttjas på olika sätt, av olika aktörer vid olika tillfällen, så som vid rekrytering. I denna uppsats vill vi undersöka hur arbetsgivare använder sig av informationen om arbetstagare som genererats från sociala medier och vilka svårigheter det finns med att tolka denna information. Vi genomförde denna studie genom fyra intervjuer med personer som arbetade som rekryteringskonsulter alternativt var involverade i rekryteringsprocessen i respektive företag. Slutsatsen var att de största svårigheterna för en arbetsgivare gällande att tolka information från sociala medier var den mänskliga subjektiva bedömningen och tillförlitligheten av informationen, att information från sociala medier är tagen ur sitt sammanhang och är därför väldigt svår att tolka då man inte har hela bakgrunden till varför kommentaren skrevs eller varför bilden lades ut. Uppsatsen avslutas med några rekommendationer till arbetsgivare och arbetstagare gällande användning av sociala medier.

Förord

Vi vill tacka de företag och informanter som var villiga att ställa upp på intervju och ert deltagande i vår studie. Vi är också mycket tacksamma för ert engagemang och genuina intresse för vår uppsats. Till sist vill vi också rikta ett stort tack till vår handledare Markus Lahtinen som hela tiden har lotsat oss igenom detta arbete och fått oss att tänka till både en och två gånger vilket har hjälpt oss i vårt skrivande.

Tack ska ni ha!

Johan Lindahl

Henric Månsson

Innehållsförteckning

1	Bakgrund	1
1.2	Syfte	3
1.3	Problemformulering	3
1.4	Avgränsningar	3
2	Rekrytering och sociala medier	4
2.1	Rekryteringsprocessen	4
2.1.1	Att skaffa sig kandidater	4
2.1.2	Annonsera.....	5
2.1.3	Urvalet.....	5
2.1.4	Att välja rätt kandidat.....	5
2.2	Beslutsprocessen	6
2.3	Svårigheter kring beslutsfattande i en rekryteringsprocess.....	7
2.4	Användandet av sociala medier.....	8
2.5	Information ifrån sociala medier i relation till rekryteringsprocessen	10
2.6	Sammanfattning av kunskapskapitel	13
3	Metod	15
3.1	Kvalitativa Intervjuer	15
3.1.1	Intervjufrågor	16
3.1.2	Informanter.....	17
3.1.3	Genomförande	18
3.1.4	Etik	18
3.2	Analysering av data.....	19
3.3	Metodutfall.....	19
4.	Resultat och Analys.....	21
5.	Diskussion	30
6.	Slutsats	35
6.1	Rekommendationer för arbetsgivare	36
6.2	Rekommendationer för arbetstagare	36
7.	Begränsningar.....	37
	Bilaga 1 – Intervjuguide.....	38
	Bilaga 2 - Intervjuprotokoll.....	39
	Intervju med informant A1(HR-chef) från företag A.....	39

Intervju med informant B1(Rekryteringskonsult) från företag B	42
Intervju med informant C1(Personalansvarig) från företag C	45
Intervju med informant D1(Rekryteringskonsult) från företag D	48
Källor.....	51

Tabellförteckning

Tabell 2.1 Statistik från de största sociala medierna	9
Tabell 2.2 Typ av information från sociala medier	12
Tabell 4.1 Informanternas svar på fråga 1	21
Tabell 4.2 Informanternas svar på fråga 2	22
Tabell 4.3 Informanternas svar på fråga 3	23
Tabell 4.4 Informanternas svar på fråga 4	24
Tabell 4.5 Informanternas svar på fråga 5	25
Tabell 4.6 Informanternas svar på fråga 6(scenario).....	26
Tabell 4.7 Informanternas svar på fråga 7	27
Tabell 4.8 Informanternas svar på fråga 8(scenario).....	28
Tabell 4.9 Informanternas svar på fråga 9	29
Tabell 6.1 Svårigheter för arbetsgivare	35

1 Bakgrund

Det finns ett flertal exempel på människor som har blivit av med sitt arbete på grund av att de använt sig av sociala medier på ett sätt som inte uppskattats av arbetsgivaren. Det berättas i en artikel i Aftonbladet(2011) om en person som var anställd på Volvo via ett bemanningsföretag skrev ”En dag kvar av veckan på detta dårhus” på sin Facebookprofil, efter det var han inte längre välkommen på grund av detta uttalande. Personens mamma var på bröllopsresa och drabbades av en allvarlig sjukdom och låg på sjukhus. Personen gick chockad till sin arbetsledare och berättade om vad som hänt men fick beskedet ”bry dig inte om det och fortsätt jobba”, han fick inget stöd eller hjälp och det var anledningen till uttalandet på Facebook. Personen kommenterade sedan sitt egna inlägg med ”inget fel på Volvo, är bara inte så sugen på att jobba just för stunden”. Två dagar senare avled mamman. Efter tre dagar kom personen tillbaka till jobbet och fick då beskedet att han inte längre var välkommen hos Volvo och fick inte någon chans att förklara sina uttalanden.

Artikeln från Aftonbladet (2011) berättar vidare att ordföranden för verkstadsklubben på Volvo tycker att hela historien är skrämmande och menar att risken finns för att denna rädslan även sprids till de fast anställda. Då kan man ställa sig frågan om det är befogat att skilja på fast anställda och inhyrd personal? Båda typerna av anställning innebär att man skriver på ett avtal med ett antal regler, förordningar och att man ska vara lojal mot företaget. Det var på den punkten Volvo tyckte att personen hade brustit på och att han uttryckt sig negativt om företaget Volvo.

Det är tydligt att personen i fråga befanns i en prekär privat situation och att hans uttalande mer var grundat i sorg till hans mamma än illojalitet mot företaget. Var dras gränsen för detta? Anställda skriver ju på kontrakt vid anställning som man kan bryta mot vid ett uttalande men finns det särskilda förhållanden som gör att en arbetsgivare kan se mellan fingrarna? Vi har inte lyckats finna några tidigare studier på detta fenomen, att grunda beslut utifrån information från sociala medier kan vara problematiskt då personen bakom informationen kan ha befunnit sig i en ovan och besvärlig situation vid tidpunkten för sitt uttalande. Dock kan flertalet exempel visa att det existerar.

Detta var bara ett, av många exempel på att sociala medier också kan vara negativt för människor och att arbetsgivare även efter anställning nätkollar sin personal. Vi valde att endast använda oss av detta exempel för att det så tydligt visar att detta är ett svårgreppbart problem.

Det finns självklart också en positiv sida med sociala medier i samband med rekrytering. Ett bra exempel på det är en kille som startade gruppen ”Nu ger vi grabben ett jobb!” på Facebook. Tips och erbjudande om tjänster strömmade in till gruppen och det tog inte lång tid

innan han fick ett jobb han verkligen ville ha (Aftonbladet 2010). På detta sätt gynnade sociala medier, i det här fallet Facebook både arbetsgivare och arbetstagare. Ett annat exempel på detta är en tjej som fick ett sommarjobb genom att gå med i gruppen ”Jobba på Gröna Lund sommaren 2010”. Hennes kompis som redan arbetade på nöjesfältet rekommenderade då henne för sin arbetsgivare och det ledde snart till en anställning för tjejen i fråga (SVT 2010).

Idag är sociala medier och nätverk ett fenomen som kraftigt ökar i användarantal och popularitet. I december 2011 hade Facebook 845 miljoner aktiva användare per månad och i genomsnitt 483 miljoner dagliga användare under samma månad (Facebook 2012). Ett annat exempel är LinkedIn, ett socialt nätverk som till skillnad från Facebook mer är inriktat på nätverkande inom arbetslivet. Detta nätverk hade över 150 miljoner användare den 9 februari 2012 (LinkedIn 2012).

Tanken med Facebook var vid uppstarten att några kompisar skulle kunna dela bilder mellan sig, chatta med varandra och skriva inlägg på de olika profilerna. Idag används Facebook och andra sociala medier till mer än bara nöje, idag används de också som källor för personer som vill hitta information om andra människor. Detta kan vara på både gott och ont för personer som blir så kallat nätkollade, alltså uppkollade i sociala medier.

En arbetstagare kan gå miste om ett arbetstillfälle på grund av att denne blir nätkollad, det är ganska vanligt att företag nätkollar sina jobb kandidater vid en rekryteringsprocess. Enligt en undersökning som utfördes av Manpower Group 2008 konstaterades det att 31 % av företagen som ingick i undersökningen nätkollade sina jobb kandidater, att medvetenheten om att värdefull information går att hitta i sociala medier har ökat kraftigt de tre senaste åren och att 14 % av företagen hade sållat bort jobb kandidater på grund av informationen de hittat på nätverksprofilerna. Det framgår dock inte av undersökningen om detta var olämplig eller skadlig information om kandidaterna eller om det var på andra grunder. Samma undersökning visade också att det fanns stora skillnader beroende av när cheferna var födda, 12 % av 40-talisterna nätkollade sina jobb kandidater medan hela 28 % av 80-talisterna gjorde samma sak.

Vi tror att personer som söker anställning inte tänker fullt ut på vad som finns att hitta om dem i sociala medier och att det kan påverka deras chanser till anställning. Som noterat finns det exempel på personer som blivit uppsagda från sitt arbete på grund av vad som finns att hitta om dem i sociala medier, detta faktum visar på att det är tydligt att inta alla är medvetna om riskerna med vad man lägger ut på till exempel Facebook. Vi vill mena att opassande bilder, kommentarer och olämpliga privata nätverk eller grupper kan innebära att arbetsgivaren får förutfattade meningar om personen eller att personen direkt elimineras ur rekryteringsprocessen.

1.2 Syfte

Syftet med uppsatsen är hjälpa våra intressenter, arbetsgivare och arbetstagare med en förklaring om hur komplex gränsdragningen mellan accepterat och icke accepterat beteende i sociala medier kan vara och vilka svårigheter det finns med att tolka information från dessa medier. För att kunna göra detta ska vi ta fram en beskrivning om hur information från sociala medier kan påverka en arbetstagares chanser att gå vidare i en rekryteringsprocess.

1.3 Problemformulering

Eftersom användandet av sociala medier är stort kan man hitta väldigt mycket information om personer som är involverade i nätverken. Det är bevisligen så att det finns både positiva och negativa sidor för arbetsgivare och arbetstagare med sociala medier. Det finns ett flertal exempel på personer som blivit avskedade på grund av felaktigt, enligt arbetsgivaren användande av sociala medier. Dock finns det inte mycket dokumenterat om personer som går miste om chansen till anställning på grund av vad arbetsgivaren hittar under sitt nätkollande, så var dras gränsen för vad som är olämpligt? Pinsent Curtis Biddle (2001) menar att en arbetsgivare inte har några som helst skyldigheter att förklara varför en jobbkandidat inte fick jobbet den sökte och det kan vara en av förklaringarna till varför det inte är så väldokumenterat om personer som blivit eliminerade från en rekryteringsprocess på grund av informationen som har hittats om dem i sociala medier.

Vår generella fråga är:

Vilka svårigheter finns med information från sociala medier kring beslutstagande?

Mer precist har vi valt att använda oss av beslutstagande under rekryteringsprocessen, som en infallsvinkel för att belysa detta. Denna fråga vill vi besvara genom att intervjua personer som är direkt involverade och helt eller delvis ansvariga för rekryteringar på sina respektive företag.

1.4 Avgränsningar

Vi avgränsar de sociala medierna till Facebook och LinkedIn därför att Facebook har ett stort användarantal och att LinkedIn är professionellt använt i arbetssyfte.

Vi kommer inte heller behandla de juridiska aspekterna när det gäller att använda sig av information, bilder eller texter som är hämtade från sociala medier.

2 Rekrytering och sociala medier

I detta kapitel presenteras en teoretisk bakgrund till studien och ett litteraturval kring beslutsfattande, rekrytering och sociala medier. Vi kommer att presentera en generisk processmodell eftersom att vi vill ge läsaren en förståelse för hur en rekrytering går till eftersom att rekryteringen används som en infallsvinkel för vår studie och rekryteringsprocessen i sig består av beslutsfattande. Därför kommer vi också att diskutera generella problem med beslutsfattande eftersom att det kommer genomsyra vår studie. Kapitlet avslutas med en presentation av tidigare forskning som är relevant för vår studie där rekrytering och sociala medier ingår som huvuddelar.

2.1 Rekryteringsprocessen

Vi inleder kapitlet med att förklara en generisk rekryteringsprocess. Rekryteringsprocessen är relevant i vår studie eftersom att det är utifrån den som vi undersöker hur information ifrån sociala medier påverkar beslutsfattandet. Vi vill att läsaren ska ha en förståelse för hur en generell rekryteringsprocess går till för att förstå det empiriska materialet vi ska samla in.

Kyriakidou (2009) definierar rekrytering som den process där en organisation ska skaffa sig kvalificerade kandidater för ett visst jobb. Företaget måste meddela att jobbet är tillgängligt på marknaden både inom och utanför organisationen och locka kvalificerade kandidater till att söka.

2.1.1 Att skaffa sig kandidater

I den inledande fasen av en rekryteringsprocess är det första som bör göras att sätta upp en rekryteringspolicy. Stredwick (2005) säger att en rekryteringspolicy ska representera en organisations vett och etikett, vilka regler som finns uppsatta och vilken standard som förväntas hållas.

2.1.2 Annonsera

Vid övervägandet av vilka kanaler en organisation vill använda sig av för annonsering av en tjänst finns det två möjligheter, interna eller externa. Tyson (2006) påpekar att i många fall blir det nödvändigt med en extern kanal. Även om det är möjligt att tillsätta en tjänst internt så kommer de förflyttningar och befordringar av personer som krävs att starta en kedje-effekt. I slutet av kedjan kommer det troligtvis alltid finnas en tjänst som måste fyllas, vilket gör rekrytering via externa kanaler till en nödvändighet.

2.1.3 Urvalet

Nye(2009) definierar urvalet som den process genom vilken en organisation identifierar de kandidater som anses kunna utföra ett specifikt jobb på bästa sätt. Nye(2009) säger att urvalsprocessen är en av de viktigaste funktionerna som utförs eftersom att det påverkar framgångarna för organisationen. Om organisationer inte är kapabla att dra till sig och välja ut de mest kompetenta individerna, kommer de inte att kunna konkurrera på en konkurrensutsatt marknad. På grund av dess potentiella påverkan borde en organisations urvalsprocess definieras noggrant och enligt Nye(2009) inledas med överväganden om urvalskriterier. Pinsent et al (2001) påpekar också vikten av att arbetsgivaren bör noggrant gå igenom vilka urvalskriterier som är direkt relevanta för arbetet och de bör vara så precisa som möjligt.

2.1.4 Att välja rätt kandidat

Det sista beslutet som ska tas i processen är valet av den bäst lämpade kandidaten för tjänsten. Stredwick(2005) påpekar att det sista beslutet ska följa samma process som föregående punkter. Bedömningskriterierna ska användas för att ta beslutet och endast de kandidater som matchar de viktigaste delarna av profilen som togs fram i arbetsbeskrivningen ska övervägas. Det är ett dåligt beslut att välja 'den bästa för dagen' om denna person matchar kanske bara hälften av kriterierna. Det är då bättre att börja om processen än att ta en risk i att anställa en kandidat som inte stämmer in på arbetsbeskrivningen och profilen. Beslutet ska motiveras utifrån så många objektiva kriterier som möjligt.

Sammanfattningsvis kan vi säga att det är viktigt att arbeta noggrant och strukturerat med rekryteringsprocessen. Att ha en klar bild av vad för typ av kandidat som företaget söker och en klar bild av hur själva processen ska utföras. De största svårigheterna ligger i när kandidater ska sällas bort och då främst med tanke på risk för diskriminering men också att inte oavsiktligt binda upp sig eller utlova något på förhand. Ett sätt att stävja detta är att sträva efter att alltid bedöma kandidater på ett konsekvent sätt och hålla sig inom de kriterier som blivit uppsatta.

2.2 Beslutsprocessen

I denna del kommer vi att beskriva en generisk modell för hur beslut fattas, detta eftersom att rekryteringsprocessen i sig är en serie av beslut som ska resultera i ett ja eller nej svar och ta upp några generella svårigheter med beslutsfattande. Vi vill också att läsaren ska ha en förståelse för hur ett generellt beslut kan fattas.

Att syftet med all information är att minska eller eliminera osäkerheter är allmänt accepterat i vetenskapen om organisationen. Hägglund och Svensson (2008) förklarar att med dessa osäkerheter menas den skillnad som finns mellan den bearbetade informationen och den information som krävs för att slutföra en uppgift. En annan definition på osäkerhet är oförmågan att förutse ett exakt resultat av ett beslut

Det finns olika typer av information man kan använda sig av när man ska fatta ett beslut. Alla dessa informationstyper kan kategoriseras som antingen mjuk eller hård information. Hägglund och Svensson (2008) förklarar skillnaderna mellan mjuk och hård information. Mjuk information är bilder, visioner, idéer och kognitiva strukturer och är ofta knuten till en enskild person. Mjuk information beskrivs som bred, generell, personlig och ensidig. Hård information kan däremot uttryckas i kvantitet och på så sätt bearbetas eller behandlas med analytiska metoder. Denna typ av information är ofta numerisk och kan användas i företagets finansiella redovisning, kontrollsystem och produktion.

Weinberg och Schumaker(1962) menar att det finns två grundläggande överväganden som alltid måste göras när ett beslut ska fattas. Först ska beslutsfattaren överväga hurvida troligt det är att det beslutet som fattas är korrekt och varför. Det andra är övervägandet om hurvida troligt det är att beslutet ska fattas är inkorrekt och varför. Detta är grundläggande överväganden som kan appliceras på alla sorters beslut. Om man sätter det specifikt i en rekryteringsprocess så är det att beslutsfattaren ställer de olika kandidaterna mot varandra och har en lista med fördelar som pekar på att beslutet skulle vara korrekt och nackdelar som pekar på att beslutet skulle vara inkorrekt.

Coutu (2010) skiljer på känslor och förnuft när han talar om beslutsfattande. Många beslut måste ibland fattas på ofullständiga grunder, oftast finns det inte tillräckligt med information för att vara helt säker på ett beslut. Coutu(2010) påpekar att ett beslut som grundas på endast känslor är ett dåligt beslut. Förnuftet ska vara ledande i beslutsfattandet. Dock är känslor ett resultat av olika upplevelser och erfarenheter som en människa har varit med om, dessa erfarenheter kan i vissa fall vara relevanta för beslutet som ska fattas och ska inte helt raderas ut. Ett bra beslut grundas i att personen i fråga kan föra ett resonemang med sig själv och med en blandning av känslor och förnuft. Detta resonemang är något som kan knytas ihop med det som kommer redogöras för här nedan med svårigheter runt en rekryteringsprocess där subjektiva bedömningar ofta spelar in i besluten som en negativ faktor. Detta är en produkt av att ett beslut fattas utifrån olika känslor och inte förnuft.

Vi kan utifrån detta se att det finns generella svårigheter med att fatta ett beslut och dessa svårigheter är ursprunget till mer specifika svårigheter som kan upplevas i rekryteringsprocessen som består av ett antal olika beslut.

2.3 Svårigheter kring beslutsfattande i en rekryteringsprocess

I denna del presenterar vi redan kända och dokumenterade svårigheter när beslut ska fattas i en rekryteringsprocess. Rekryteringsprocessen är en vinkel som vi använder oss av för att undersöka vår forskningsfråga. Vi kommer nedan att presentera generella svårigheter för rekryteringsprocessen när det gäller beslutsfattande, detta vill vi göra eftersom läsaren lättare ska förstå vår insamlade empiri och ha ett riskperspektiv i åtanke och med svårigheter i centrum.

Det bör vara personer som redan finns i organisationen som ska arbeta med urvalsprocessen. Eftersom att de redan är anställda vet dem vilka kunskaper och färdigheter som krävs. Tyson (2006) påpekar att dessa personer redan vet vilken attityd och personliga attribut som behövs för att utföra arbetet. Det kommer alltid finnas oförutsägbara problem med en nyanställd. Men att använda sig av någon som redan finns i organisationen och känner till den kan minska riskerna för problem.

Tyson (2006) menar att ett bestående problem när det gäller urvalsprocessen är det subjektiva mänskliga omdömet. Det kan vara farligt att lita på en ”magkänsla” eller ”vilja att personen ska passa in” eftersom att detta är subjektiva åsikter och kan reflektera fördomar och påverka personer som är involverade i urvalet. Det bör då vara flera individer involverade i de olika stegen i urvalet. Pincus Curtis Biddle (2001) menar på att detta minimerar risken för att en specifik individ med specifika fördomar har allt för stort inflytande under rekryteringsprocessen. Någon form av övervakning skulle också vara att föredra från start till slut, för att undvika diskriminering av kandidater.

Många faktorer som har ett negativt inflytande på beslutsfattande i en rekryteringsprocess är centerade runt personen som utför intervjun. Stredwick (2005) listar svårigheter med att fatta ett konsekvent och objektivt beslut angående en kandidat på grund av irrationella, men förståeliga tendenser av personer som utför intervjuer och innefattar följande

- Olika personer som utför intervjuer har olika åsikter om personen de söker efter
- Tar beslut instinktivt
- De föredrar kandidater som är mer lika dem själva.
- Höjer ribban för kandidaterna om de känner sig pressade till att välja (Stredwick, 2005)

Dessa punkter är framtagna i förhållande till en mer specifik del i rekryteringsprocessen, en intervju. Punkterna skulle också kunna ses som generella svårigheter centrerade runt personen oberoende av vilken typ av beslut som ska fattas.

Etiska svårigheter kan också uppstå. Ferris och Barnum (1995) beskriver ett scenario där en person som arbetar med rekrytering ska söka efter kandidater till en hög position inom företaget. Personen i fråga blir inkallad av sin chef som påstår sig känna en suverän kille som skulle passa perfekt för positionen. Chefen avslutar samtalet med att påpeka att han känner den rekommenderade personen väl och hur uppskattat det skulle vara om personen i fråga anställer chefens rekommendation. Det visar sig sen att det redan finns två kandidater som är bättre lämpade enligt de kriterier som jobbet kräver. Utifrån detta scenariot blir urvalet svårare för personen som ska sköta rekryteringen. Chefen trycker på med sin egna rekommendation och hade uttryckligen uppskattat personen som anställer rekommendationen. Å andra sidan finns det redan två kandidater som ser bättre ut på papper. Valet står mellan att anställa den personen som är bäst lämpad alternativt att välja chefens rekommendation som kanske inte är lika kvalificerad för jobbet. För personen i fråga som ska välja kandidaten står det också mellan att välja bäst lämpad kandidat eller att ställa sig in hos chefen. Det leder till en fråga om vad som är bäst för verksamheten och vad den enskilda personen är villig att göra för egen vinning.

Det är tydligt att det finns klart dokumenterade problem vad gäller rekryteringsprocessen, det är också tydligt att de flesta är centrerade runt den människa eller de människor som arbetar med rekryteringsprocessen och då hurvida den människan blir påverkad på olika sätt i sitt arbete att fatta ett beslut.

2.4 Användandet av sociala medier

I denna del vill vi ge läsaren en definition på sociala medier så som vi avser det. Detta eftersom att sociala medier är direkt relevant för vår studie så vill vi att våra läsare ska ha samma definition som vi över vad sociala medier är. Vi vill också påvisa hur pass använt sociala medier idag är utav både arbetstagare och arbetsgivare.

Vi skulle vilja definiera sociala medier enligt Molander och Psaros (2010) som definierar sociala medier som att de omfattar alla typer av onlinemedier som stödjer eller fokuserar på användargenererat innehåll. I detta sammanhang omfattar sociala medier bloggar, wikis, forum och sociala nätverk.

Olika sidor inom sociala medier, såsom Facebook, har blivit en del av människors liv varje dag. De används av individer i alla åldrar och är även favoriserade av företag och organisationer som en reklammechanism. Lukes(2010) påpekar att för professionella organisationer som till exempel The American Association of Occupational vore det försumligt att bortse från potentialen i sociala medier.

För de flesta individer är inte längre internet det där spännande fenomenet som det var på 1990-talet. Lukes(2010) menar att idag vänder sig individer från alla generationer till e-mail för att kommunicera med varandra, de läser digitala tidningar om lokala och globala nyheter och många har accepterat dessa aspekter av den digitala tidsåldern som en rutin i sin vardag. Man ser idag inget slut på teknologins framfart och nya sätt att använda denna teknologi dyker ständigt upp. Ett av de senaste fenomenen är nätverkande online, Lukes(2010) förklarar att det började som en trend bland internetkunniga ungdomar och har blivit något av en kulturell norm och det har ändrat det sätt individer tror om att kommunicera med familj, vänner och bekanta.

Enligt Alexa(2010) är Facebook den näst mest besökta webbsidan i världen, endast toppad av Google. Vikten av Facebook som ett socialt nätverk bör inte förbises, särskilt med tanke på hur individer och företag har anpassat sina interaktioner med varandra. Idag är kommunikation på Facebook en vardaglig sak för sidans användare och många förväntar sig till och med att andra är tillgängliga på webbplatsen och blir förvirrade om de inte är det(Lukes 2010).

Facebook är den sociala media som har växt snabbast i världen(Facebook 2011) men det finns många andra sidor som också är mycket populära vilket nedanstående tabell påvisar.

Tabell 2.1 Statistik från de största sociala medierna

	Aktiva användare per månad(Milj.)	Minuter/användare per månad	Antal erbjudna språk
Facebook	845	405	70
Twitter	100	21	20+
Google+	62 ¹	3	30+
LinkedIn	150 ¹	17	40+
MySpace	110	8	15

¹ Siffran anger totala antalet användare.

(Facebook 2012; Twitter 2012; Google 2012; LinkedIn 2012; MySpace 2012)

Som tabellen ovan antyder så använder människor sig av sociala medier i en väldigt stor utsträckning och därför är det inte konstigt att företag och organisationer skulle vill utnyttja detta. En reklambanner på till exempel Facebook ses av 845 miljoner unika användare varje månad.

Enligt en undersökning som utfördes av Stockholms Handelskammare(Stockholms Handelskammars analys 2008) så visade det sig att 8 % av alla deltagare använde sig av Google, Facebook, LinkedIn eller liknande internetjänster vid bakgrundskontroller av ansökande. Dock visade det sig att 19% av alla deltagande skulle vilja göra en bakgrundskontroll genom Google, Facebook, LinkedIn eller liknande internetjänster för att ge en ökad trygghet vid anställning. Vilket indikerar på att det finns ett behov av bakgrundskontroller genom sociala medier i syfte att ge ökad trygghet vid anställning.

Enligt en annan undersökning av Manpower Group(2010) konstaterades det att 31% av företagen som ingick i undersökningen gjorde bakgrundskontroller på sina ansökande. Det är

tydligt att det är ett ökat användande av sociala medier som medel för att skaffa mer information om arbetssökande i rekryteringsprocessen.

Här har det presenterats en definition för sociala medier samt påvisats hur pass använt det är. Det visar på också vilken kapacitet sociala medier har att hantera och distribuera information snabbt och i stora mängder, vi har även visat på en ökad användning av sociala medier utav både arbetstagare och arbetsgivare.

2.5 Information ifrån sociala medier i relation till rekryteringsprocessen

I denna del vill vi redogöra för studier som behandlar hur information ifrån sociala medier kan påverka beslutsfattande i en rekryteringsprocess på olika sätt beroende på vilken typ av information som kommer ifrån de sociala medierna. Detta är tidigare forskning som är relevant för vårt fenomen och de studierna som vi valt att redogöra för är lik vår studie.

Einestedt och Stridh(2010) redogör en studie för att undersöka och kartlägga hur pålitliga bedömningar kan göras angående personlighet, intelligens och hur potentiell arbetsprestation utifrån information som finns att tillgå ifrån sociala medier. Resultatet av studien visade att tränade bedömare kunde utifrån den informationen som fanns att tillgå ifrån sociala medier uppskatta kandidaternas personlighetsdrag, intelligens och förmåga att prestera. Det var tydligt i resultatet att genom konsekventa bedömningar på alla kandidater så kunde de skilja på ”högpresterande” och ”lågpresterande”.

Detta indikerar på att korrekta bedömningar kan göras utifrån information ifrån sociala medier dock både på gott och ont för en kandidat. En kandidat kan då förbättra sina chanser genom att denne blir uppfattad som en ”högpresterande” person alternativt försämra sina chanser genom att denne bli uppfattad som en ”lågpresterande” person. Einestedt och Stridh(2010) hävdar att mer forskning behöves dock för att fastslå reliabiliteten och validiteten i att använda information från sociala medier vid bedömningen av kandidater till en tjänst. Detta stämmer med resultaten ifrån denna studien är dock en första indikator på att det kan göras korrekta bedömningar utifrån information ifrån sociala medier och som kan användas för att göra en mer precis bedömning av en kandidat.

Naturligtvis får och bör, om de så önskar, en arbetsgivare kolla upp en kandidat via sociala medier i det syfte att verifiera saker som kandidaten påstår angående personlighet, arbetserfarenhet och utbildning. Eventuell information som arbetsgivaren kommer över genom sociala medier som indikerar på olagligt eller stötande beteende kan ju leda till att kandidaten blir eliminerad utav goda skäl. Nelson och Simek(2011) säger dock att en arbetsgivare ska vara försiktig när de väljer att utesluta en kandidat ur rekryteringsprocessen baserat på information ifrån sociala medier. Risken finns att kandidaten upplever sig själv ha blivit diskriminerad och hävdar att beslutet togs på grund av skyddade karaktärsdrag såsom kön, sexuell läggning eller civilstatus. Som då fanns tillgängligt via sociala medier. Det kan dock vara svårt för kandidaten att bevisa att beslutet fattats baserat på någon av dessa grunder.

En observation som Einestedt och Stridh(2010) gjorde var att vissa av företagen genomförde nätkollar av kandidater men inget av företagen i undersökningen hade någon skriven eller uttalad policy för hur sociala medier skulle hanteras, både i samband med rekrytering men även i samband med verksamheten. De kom också fram till att samtliga respondenter i undersökningen trodde att användandet av sociala medier i rekryteringsprocesser kommer öka och utvecklas i framtiden.

Informationen ifrån sociala medier kan påverka rekryteringsprocessen för en kandidat både positivt och negativt. Hoas(2011) påpekar ett antal olika saker som kan påverka både positivt och negativt. Först, hur många vänner en användare har på sin profil – varken för många eller för få är i detta fallet bra. Om en användare visar på ett frekvent användande av ett sociala medier kan detta indikera på att användaren har god datorvana. En arbetsgivare kan också se hur en person uttrycker sig skriftligt, detta är också en faktor som kan både ligga till användarens fördel eller nackdel.

En arbetsgivare kan också få konfirmerat att de arbetserfarenheter och intressen som kandidaten påstår sig ha och vara intresserad av faktiskt stämmer alternativt får de reda på att kandidaten ljugit. Utifrån vilka relationer en kandidat har genom sin användarprofil kan en arbetsgivare också se på vilken typ av person kandidaten är. Har kandidaten en relation med någon inom företaget kan detta vara till en fördel. Detta kan också vara till en nackdel om det skulle vara så att kandidaten har kopplingar eller relationer till personer som företaget inte vill bli associerade med. Statusuppdateringar är ett sätt på Facebook att uttrycka en åsikt i skrift och att denna åsikt bli synlig för alla i det sociala nätverket. Det kan reflektera negativt på kandidaten om det skulle va så att åsikten är stötande eller olämplig alternativt en kommentar som uttrycker en åsikt eller ett ställningstagande som företaget i fråga vill bli associerat med. Det är likadant gällande bilder i sociala medier, de kan vara stötande och olämpliga alternativt reflektera kandidaten på ett bra sätt. Hoas(2011) menar på att detta är orsaker som gör att den personliga informationen som finns tillgänglig i social medier är intressant för en arbetsgivare.

Bohnert och Ross(2010) utförde en studie på hur hemsidor för socialt nätverkande influerar utvärderingen av arbetssökande. Studien bygger på fyra olika hypoteser, två av dessa var intressanta för vår studie. Hypotes 1: En arbetssökande med en antingen familje-orienterad eller professionellt orienterad profil på en hemsida för socialt nätverkande kommer att få en mer gynnsam bedömning istället för de arbetssökande som hade en alkoholrelaterad profil. Hypotes 2: De personer som utförde bedömningarna av de arbetssökande som själva har en alkoholrelaterad profil kommer ge de arbetssökande som också har en alkoholrelaterad profil mer gynnsamma bedömningar i jämförelse med de arbetssökande som inte har en alkoholrelaterad profil.

Resultaten de fick fram var att hypotes 1 blev bekräftad utav fyra grupper som utförde bedömningarna så hamnade de arbetssökande med en alkohol-relaterad profil alltid som minst trolig att gå vidare i rekryteringsprocessen i alla fyra grupperna. Hypotes 2 bekräftades inte, resultaten pekar i riktning mot hypotes 2 men är inte tillräckliga för att bekräfta den. Många av bedömarna som själva hade en alkohol-relaterad profil ansåg att de arbetssökande som

hade en alkohol-relaterad profil inte var önskvärda som kandidater. Om en bedömare då inte anser en arbetssökande som har en alkohol-relaterad profil vara önskvärd, hur ser då denna bedömare på sig själv? Ett rimligt antagande är att bedömaren inte ser sig själv som en person med en alkohol-relaterad profil även om personerna som utfört studien uppfattat det. Det är tydligt att personer med profiler som i sammanhanget uppfattas som opassande har mindre chanser att gå vidare i en rekryteringsprocess fastän de kanske skulle passa väldigt bra för jobbet och att de har en spetskompetens. Då går de miste om en chans till karriär på grund av vad personen håller på med på fritiden. Däremot så personen som har en professionellt orienterad profil har den kanske så för att får större chanser till anställning och är fullt medveten om att en arbetsgivare kan kolla upp profilen och har därför lagt upp den efter det. Vilket bara är positivt och ökar dennes chans till anställning.

Hoas(2011) genomförde en undersökning om hur butiker i Visby centrum använde sig av sociala medier när de skulle rekrytera ny personal. Totalt deltog 40 personer, jämt fördelat på kvinnor och män och i varierande åldrar i undersökningen. Deltagarna fick bland annat gradera på en skala från ett till fem hur viktigt det var att hitta olika typer av information om en arbetssökande i sociala medier. Desto högre medelvärde innebar desto större vikt att hitta informationen för informanterna. Resultatet av undersökningen presenteras i nedanstående tabell.

Tabell 2.2 Typ av information från sociala medier

Typ av information	Medelvärde
Bilder med negativt innehåll på en arbetssökande	3,3
Bilder med positivt innehåll på en arbetssökande	3,5
Personlig information som tolkas negativt(kommentarer, värderingar)	4,2
Personlig information som tolkas positivt(kommentarer, värderingar)	3,8

(Hoas, 2011)

Det är tydligt utifrån Hoas undersökning att arbetsgivare mest är intresserade av negativ personlig information så som kommentarer och personliga värderingar. Denna information väger tyngre och är av större intresse för en arbetsgivare än positiva bilder och åsikter. När det gäller bilder tolkar vi detta resultat som att en arbetsgivare tittar lite mindre på bilder och inte lägger så stor vikt vid till exempel en alkoholrelaterad bild, det är till och med så att glädjen för en positiv bild är större än sorgen för en negativ bild av en arbetssökande för arbetsgivaren. Däremot är det tvärt om när det gäller uttryckta åsikter, kommentarer eller värderingar, här verkar det som att det är viktigare för arbetsgivaren att hitta de negativa sidorna hos den sökande än de positiva. Vi tolkar detta resultat som att arbetsgivare är mest intresserade av i första hand, den sökandes värderingar och åsikter och i andra hand positiva alternativt negativa bilder på den arbetssökande.

Sammanfattningsvis kan vi se att utifrån tidigare så ökar användandet av information ifrån sociala medier vid rekrytering. Arbetsgivarna vill använda sig av informationen och det har ökat de senaste tre åren. Det finns också möjligheter till att göra korrekta bedömningar utifrån information ifrån sociala medier men Einestedt och Stridh (2010) påpekar att det krävs mer forskning inom området för att fastslå reliabilitet och validitet av informationen. Hoas (2011) påpekar information ifrån sociala medier som kan vara intressant för en arbetsgivare.

- Antal vänner
- Användande av sociala medier
- Kunskaper i språk och skrift
- Arbetserfarenheter och intressen
- Sociala och/eller professionella relationer
- Bilder
- Statusuppdateringar

Denna typ av information kan då antingen uppfattas positivt eller negativt för arbetsgivaren, men det är denna typ av information som arbetsgivaren tittar efter enligt Hoas(2011)

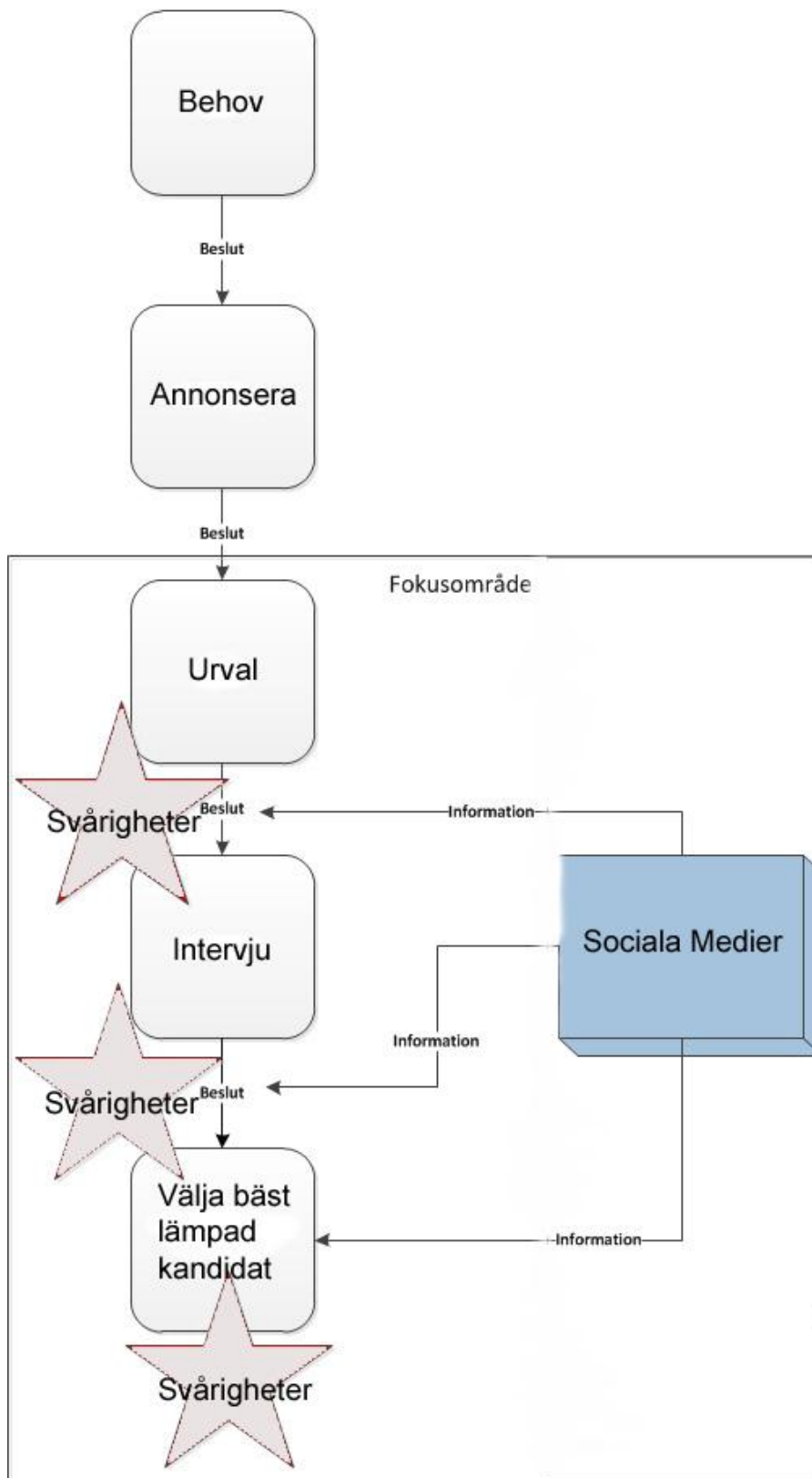
Bohnert och Ross (2010) fick fram i sina resultat att familj eller professionellt-orienterad profil genom sociala medier har större chanser att ta sig vidare i en rekryteringsprocess än en person som har en alkohol-relaterad profil

Hoas (2011) redogör också för hur mycket vikt arbetsgivare lägger vid olika typer av information ifrån sociala medier och presenterar ett resultat där personlig information i form av kommentarer eller värderingar som uppfattas negativt är det som beaktas mest.

2.6 Sammanfattning av kunskapskapitel

Vi tänkte här beskriva vårt teoretiska ramverk och varför den teoretiska data som vi sammanställt ovan är viktig för studien. Rekryteringsprocessen är infallsvinkeln för vår studie, och då mer specifikt urvalet och då menar vi de val som ska göras igenom hela processen. Sociala medier är också direkt relevanta eftersom att det är med informationen ifrån de sociala medierna som underlag som vi vill undersöka hur besluten i rekryteringsprocessen påverkas och då med fokus på vilka svårigheter som ligger i dessa besluten för arbetsgivaren. I rekryteringsprocessen finns det flera mindre beslut som ska fattas genom de olika faserna. Därför är beslutsprocessen är också relevant för att förstå hur ett beslut fattas och vad som ligger till grund för det. Också vilka svårigheter som finns runt att fatta ett generellt beslut. Tidigare forskning som presenterades i slutet av kapitlet är relevant eftersom att utifrån de resultaten som presenteras kan vi se vilken typ av information som påverkar arbetsgivaren i deras beslutsfattande och då i relation till rekryteringsprocessen. Detta illustreras med figur 2.1 på nästa sida.

Rekryteringsprocessen



Figur 2.1 Rekryteringsprocessen

3 Metod

I detta kapitel presenteras vilken metod vi valt för studien och motivering till varför. Här kommer vi även redogöra för vilka metoder som använts för att samla in data både empiriskt och teoretiskt. Vi kommer också presentera vilka typer av företag och personer som blivit intervjuade. Vidare kommer vi också att redogöra för hur vi genomfört intervjuerna och hur analysen av den empiriska datan ska gå till.

Vår studie ämnar beskriva svårigheter som en arbetsgivare kan råka ut för när denne ska fatta ett beslut i en rekryteringsprocess och då med sociala medier som underlag. I litteraturgenomgången har vi samlat teoretisk data för forskningsfrågan i syfte till att redogöra för dokumenterade svårigheter med beslutsfattande i en rekryteringsprocess med sociala medier som underlag. Vår empiriskt insamlade data vill vi sedan jämföra med vår insamlade teoretiska data. Svårigheterna som kan upplevas kan vara individuella och det är en tolkningsfråga om vad som upplevs som svårighet eller inte. De frågor som vi vill ställa för att kunna få ut data att jämföra mot vårt teoretiska ramverk är öppna och svaren som vi förväntar oss få ska vara tolkningsbara. Jacobsen(2002) säger att en kvalitativ metod sätter få begränsningar på vad en uppgiftslämnare kan ge. En kvalitativ metod lägger vikt vid detaljer, nyanser och det unika hos varje uppgiftslämnare. Öppenhet kan vara ett nyckelord för denna ansats. Detta är i linje med hur vi vill gå tillväga för att samla in empirisk data. En stor grad av öppenhet för tolkning och att svaren kommer ifrån individen. Därför har vi valt en kvalitativ ansats.

3.1 Kvalitativa Intervjuer

Vi använde oss av öppna individuella intervjuer. Detta eftersom att det blev ett mer avslappnat forum när man satt ner och för en dialog. Vi kände att detta var den bäst lämpade typen av intervjuer eftersom att vår empiriska data ska gå att tolka. Den data som samlas in kommer i form av ord, meningar och berättelser vilket i sin tur kan tolkas på olika sätt. Jacobsen(2002) skriver att den öppna intervjun lämpar sig bäst när relativt få enheter undersöks, när vi är intresserade av vad den enskilda individen säger och när vi är intresserade av hur individen tolkar och lägger mening i ett speciellt fenomen. Alla dessa tre ligger i linje med vad vi vill få ut av våra intervjuer, därför har vi valt den öppna individuella intervjun. Vi valde också att lägga upp intervjun som semi-strukturerad, vilket innebär att vi inleder utifrån en intervjuguide och utifrån de svaren vi får kommer det naturliga följdfrågor.

3.1.1 Intervjufrågor

Här nedan presenteras våra intervjufrågor samt en motivering till varför vi valt att ställa just de frågorna.

1. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget olämplig kommentar eller uttryckt åsikt av en arbetssökande genom sociala medier? Ge gärna exempel. Om man sedan vänder på frågan och du skulle beskriva en i sammanhanget lämplig kommentar som du som arbetsgivare skulle se positivt på.

Denna fråga ställer vi eftersom vi vill undersöka om det finns något man publicerar i sociala medier som en arbetsgivare reagerar extra starkt på, något som får de att se negativt på personen de nätkollar och vice versa. Svaren på denna fråga kan hjälpa arbetstagare att bli mer medvetna om riskerna rörande vad de lägger ut i sociala medier.

2. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget olämplig bild eller film av en arbetssökande genom sociala medier? ge gärna exempel. Om man sedan vänder på frågan och du skulle beskriva en i sammanhanget lämplig bild/film som du som arbetsgivare skulle se positivt på?

Samma motivering som för fråga 1.

3. Kan en arbetssökande bli direkt utesluten ur rekryteringsprocessen genom, i sammanhanget olämpliga bilder, filmer eller uttrycka åsikter i sociala medier?

Precis som för fråga ett och två vill vi här ta reda på vilken typ av information arbetsgivare anser som olämplig och hur de skulle hantera särskilda situationer som till exempel att den enda kandidaten som matchade deras profil bra nog också hade information på Facebook som stred mot arbetsgivarens välbefinnande.

4. Scenario: En anställd skriver på ett avtal/kontrakt med alla dess regler och förpliktelser, i detta avtal står det att arbetstagaren under inga omständigheter får vara illojal mot företaget – Anställdes nära anhörig bli plötsligt svårt sjuk eller råkar ut för en allvarlig olycka – Den anställda söker hjälp hos en chef/arbetsledare – chefen/arbetsledaren är vid tillfället väldigt stressad och hinner inte hjälpa/stödja den anställda och viftar bort denne med en kommentar som – ”strunta nu i det, gå och jobba igen” – Den anställda känner sig sårad/kränkt och skriver en kommentar på Facebook – ”vilket sjukt dårhus man jobbar på!”. Hur skulle ni reagera på ett sådant uttalande med tanke på den situationen som den anställda befanns sig i?

Här vill vi undersöka hur svår gränsdragningen kan vara när man som arbetsgivare har hela bakgrunden till en anställds agerande i sociala medier. Här vill vi peka på att även om man känner till bakgrunden för ett uttalande så kan det ändå vara väldigt komplext att fatta beslut utifrån information från sociala medier.

5. Finns det några särskilda förhållanden där ni skulle se mellan fingrarna om en anställd betar sig, enligt er olämpligt i sociala medier?

Detta är en följdfråga till fråga fyra. Här vill vi ta reda på om det finns förhållande där information från sociala medier kan vara mer lättolkad oberoende om man har hela bilden klar för sig eller inte.

6. Scenario: En anställd skriver något omlämpligt som är negativt riktat mot företaget på Facebook men nekar sedan till anklagelserna och hävdar att någon annan yttrat sig genom dennes profil. Hur skulle ni hantera en sådan situation?

Denna fråga ställer vi för att få en bild av hur stor tolerans företagen har när det gäller de anställdas beteende i sociala medier och påvisar att det är svårt att veta hur trovärdig informationen är, något som är viktigt att tänka på när man ska fatta beslut med information från sociala medier som grund.

7. Skulle du kunna ge exempel på konkreta svårigheter som du uppfattar angående beslutsfattandet i en rekryteringsprocess med information ifrån sociala medier som underlag?

Detta är i stort sett vår forskningsfråga och den ställer vi för att försöka få fram några generella svårigheter med att tolka informationen från sociala medier.

3.1.2 Informanter

Det primära kriteriet för urval av informanter var en person som är eller har varit ansvarig för beslutsfattande i en rekryteringsprocess. När det gäller företagen fanns det inget krav på någon speciell bransch och inte heller att dessa utförde nätkollar på sina kandidater som en rutin i rekryteringsprocessen. Vi undersöker inte hur vida företagen utför nätkollar utan vi vill identifiera svårigheterna som kan uppstå för arbetsgivaren när de ska fatta beslut i rekryteringsprocessen och då med information ifrån sociala medier som underlag. Så vi ville ha informanter med god kunskap om hur det går till att fatta beslut i en rekryteringsprocess och vad man grundar sina beslut på. Informant A1 arbetar som HR-chef och är direkt involverad i att sätta upp policys och regler för hur en rekrytering ska gå till och hade god kännedom om hur det går till att fatta ett beslut i en rekryteringsprocess. Informant A1 arbetade mer på en ledningsnivå och var involverade i vissa rekryteringar. Informant B1 arbetar som rekryteringskonsult och arbetar dagligen med rekrytering på den mer operationella nivån genom att ta intervjuer och går igenom Cv:n och gör urval utifrån detta. Informant C1 arbetar som personalansvarig och arbetar också på en ledningsnivå där denna person precis som informant A1 är direkt involverad i att sätta policys och regler för rekrytering i företaget men är också direkt involverad i vissa rekryteringar. Informant D1 arbetade som rekryteringskonsult precis som informant B1 på den mer operationella nivån och var direkt involverade i rekryteringar och urval. Varken informant A1, B1, C1 eller D1 utförde nätkollar som rutin för ansökningar men var alla fyra bekanta med fenomenet och hade tillräckligt god kunskap för att kunna ge relevant information och åsikter.

3.1.3 Genomförande

Eftersom att intervjuerna omfattade frågor och olika följdfrågor så valde vi att spela in våra intervjuer. Detta för att vi skulle vara säkra på att återge det som informanterna sagt så exakt som möjligt. Det underlättade också för oss själva när vi skulle transkribera intervjuerna. Vi tog inga anteckningar under intervjuerna vilket gjorde att vi kunde fokusera helt på intervjusituationen och vara fullt fokuserade på frågorna och svaren.

Informant A1 valde vi att göra intervjun med över ett datorprogram som heter Skype eftersom att denna person inte fanns inom rimligt avstånd för en ansikte-mot-ansikte intervju. Intervjun tog ungefär 30 minuter. Intervjun med informant B1 gjordes också över Skype, detta också eftersom att personen inte fanns inom ett rimligt avstånd för en ansikte-mot-ansikte intervju. Denna intervju tog också ungefär 30 minuter. Båda dessa intervjuer utfördes dock med mikrofon och videokamera så vi hade en chans att läsa av en del av intervjupersonernas kroppsspråk vilket ledde till en mer komplett bedömning av svaren. Informant C1 träffade vi för en intervju ansikte-mot-ansikte och den tog ungefär en timme. Vi träffade informant D1 för en intervju ansikte-mot-ansikte den tog 30 minuter.

3.1.4 Etik

Jacobsen (2002) påpekar att det etiska förhållandet mellan forskare och undersökt ska beaktas. Han beskriver vidare att det finns tre grundkrav som en undersökning bör försöka uppfylla. Vi ska här motivera hur vi arbetat med att uppfylla de kraven i undersökningen.

Informerat samtycke – Informanten ska delta frivilligt i studien och vara informerad om vilka risker och vinster deltagandet medför. Det ska vara klart vad studiens huvudsyfte är och informanten ska ha en förståelse för uppsatsen. Detta har vi försökt arbeta med genom att innan vi bokat intervjuer förklarar för informanterna precis vad syftet är och vad uppsatsen ska resultera i. Vi har också haft en kortare diskussion kring vår intervjuguide och allt detta har skett innan informanten tagit beslutet om de vill delta eller inte.

Rätt till privatliv – Vi har valt att alla våra informanter ska vara anonyma och detta har vi också varit noga med att berätta för dem. Vi har beskrivit vilka roller de innehar men inte vilka företag de arbetar på.

Krav på att bli korrekt återgiven – Detta krav har vi uppfyllt genom att skicka tillbaka de transkriberingar som vi gjort och att informanterna får gå igenom dessa och konfirmera att vi uppfattat deras svar rätt.

3.2 Analysering av data

Jacobsen(2002) skriver att analysering av kvalitativ data rör sig enkelt uttryckt om tre ting. Beskrivning, kategorisering eller systematisering och kombination. Beskrivning innebär att grundligt och detaljerat gå igenom den data som vi samlat in. Situationer, intervjuer och samtal ska registreras så noggrant som möjligt. Vår beskrivning gjordes genom att vi transkriberade våra intervjuer ord för ord.

Kategorisering eller systematisering innebär att vi gör en sällning och förenkling av den stora datamängden som kommer genom beskrivningen. Detta är nödvändigt för att kunna få en överblick av data. Den stora beskrivningen blir i sin helhet alltför omfattande för andra än oss själva. Systematiseringen är nödvändig för att vi ska kunna förmedla vad vi funnit. Utifrån våra transkriptioner så var vi tvungna att sälla som Jacobsen(2002) beskriver det och göra datan mer överskådlig. Vi sällade då ut den data som var relevant och valde att presentera den i form av tabeller där vi ställde de olika informanternas svar bredvid varandra.

Kombination innebär att vi kan börja tolka vår systematiserade data. Det är i denna fas som vi undersökare försöker se vad som har blivit direkt sagt eller gjort. Det är här vi kan få fram de med dolda och intressanta förhållandena. Vårt arbete med kombinationen gjorde vi genom att för varje stycke data då i form av en tabell med de fyra informanternas svar ställda bredvid varandra försökte vi hitta likheter och skillnader och förklaringar till varför det var så.

3.3 Metodutfall

Vi märkte efter det att vi sammanställt våra resultat att vi fått ganska tunnt material. När vi sedan reflekterade över våra intervjuer så uppfattade vi att våra informanter varit restriktiva i sina svar. Detta kan bero på att det kan uppfattas som ett känsligt ämne att diskutera olika typer av information ifrån personers privatliv, och då vad som anses vara lämpligt eller olämpligt. Vi trodde att vårt val med att hålla våra informanter anonyma skulle stävja denna bristen i metoden och att våra informanter skulle kunna känna sig mer bekväma med att diskutera ämnet men utifrån våra svar så var detta inte fallet. De är ju trots allt inte anonyma gentemot oss och detta kan vara en faktor som bidrog till att de var restriktiva i sina svar.

Om vi då skulle valt en kvantitativ metodansats istället och använt oss av enkäter som skulle i det fallet vara helt anonymt hade vi kanske fått ett annorlunda resultat. Dock så hade vi då får arbeta om hela vår intervjuguide till ja och nej frågor vilket vi tror inte hade kunnat ge oss samma nyans och utrymme för tolkning genom till exempel att vi kunde ställa följdfrågor på vissa svar som den kvalitativa ansatsen gjort.

Detta är en svårighet som vi beaktade, att datan vi samlar in kan vara ofullständig eftersom att information ifrån sociala medier till grund för beslut kan vara ett känsligt ämne. De stora

omständigheterna som våra informanter påpekade var i princip tagna direkt ur lagstiftningen. Detta kan vara ett sätt för våra informanter att säkra sig själva och om det skulle få frågor om det kan de hänvisa till gällande lagstiftning.

När vi reflekterat över valet av frågor så inser vi nu i efterhand att vi troligtvis hade för direkta frågor där vi genom de tre första frågorna frågar efter konkreta exempel på bilder, filmer och kommentarer och här fick vi nästan dra svaren ur våra informanter.

I våra två följande frågor valde vi att arbeta med ett scenario och en följdfråga till scenariot och scenariot handlade om redan anställd personal. Här fick våra informanter ta ställning till hur de hade agerat i samma situation som beskrevs i scenarierna, detta för att försöka påvisa hur komplex gränsdragningen är när det gäller sociala medier. De flesta informanterna var nästan överdrivet sympatiska och här såg vi tydligt att bakgrunden till just detta scenariot hade inverkan på våra informanter och utan denna bakgrunden hade de nog inte varit lika sympatiska. Dock så försöker vi genom vår följdfråga ta reda på hur de hade agerat om det var under andra förhållanden som inte var lika extrema som vårt scenario. Här visade också våra informanter sig vara sympatiska även under inte lika extrema omständigheter som i vårt scenario men återigen så är det ett känsligt ämne och vi har alltid beaktat detta i våra resultat och analyser.

Scenario nummer två som var nummer sex i intervjuguiden använde vi oss för att se hurvida informanterna ställde sig till att vara källkritiska när de behandlar information ifrån sociala medier. Här visade sig också våra informanter vara sympatiska och tro mer på vad människan säger än vad en bild eller kommentar om människan säger. De visade på att de förstod att viss information ifrån sociala medier inte går att lita på och att det är svårt att ta reda på dess källa.

Sista frågan här ville vi att utifrån vad vi diskuterat och de svaren som våra informanter lämnat genom intervjun försöka få våra informanter att sammanfatta genom att försöka ge konkreta exempel på vilka svårigheter de upplever när beslut ska fattas på utifrån information ifrån sociala medier.

Vi valde att blanda intervjuguiden med frågor och scenarion. Det första scenariot tog vi ifrån artikeln som vi redogör för i vår bakgrund med det så kallade Volvo-caset. Vi grundade vår undersökning utifrån denna artikeln och vi diskuterade mycket fram och tillbaka hurvida det var rätt att denna personen blev sparkad på dessa grunderna och med den historien som låg bakom. Vi ville undersöka hur andra arbetsgivare hade agerat i samma situation och därför valde vi att skriva om artikeln till ett scenario för att våra informanter skulle kunna ta ställning och förklara hur de agerat. Vi var inte intresserade av vad som var rätt eller fel utan vi ville undersöka hur andra arbetsgivare hade agerat. Vi fick lite varierande svar men överlag så var våra informanter sympatiska med personen och det skiljde sig ifrån hur arbetsgivaren i artikeln agerade. Dock förhåller vi oss kritiska till trovärdigheten i artikeln, det finns en möjlighet att den var vinklad för att uppfattas på ett visst sätt.

Det andra scenariot använde vi också för att vi ville få ut ett ställningstagande ifrån våra informanter om de hade blivit satta i den situationen. Vi var inte intresserade av deras syn på källkritiskt agerande vid behandling av information ifrån sociala medier.

4. Resultat och Analys

Vi har valt att strukturera vår empiriska genomgång utifrån våra frågor och med en saxad uppläggnings där vi kommer presentera våra resultat men också våra analyser utifrån den. Vi kommer presentera svaren till varje fråga ifrån de olika informanterna bredvid varandra. Detta för att kunna jämföra svaren och tolka skillnader och likheter. Under varje fråga och svar ifrån informanterna kommer vi att analysera och diskutera dessa svaren. Svaren som presenteras har blivit systematiserade och kategoriserade enligt frågorna i intervjuguiden för att göras mer lättöverskådliga.

1. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget olämplig kommentar eller uttryckt åsikt av en arbetssökande genom sociala medier?

Tabell 4.1 Informanternas svar på fråga 1

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Kränkande eller negativt riktade mot nuvarande arbetsgivare eller att personen hänger ut verksamheten på ett negativt sätt.	Att tala illa om sin arbetsgivare eller arbetslivssituation. Också radikala åsikter långt åt vänster eller långt åt höger är också olämpligt.	Uttryck som går direkt emot våra värderingar som vi har inom företaget. Skulle jag se öppet rasistiska åsikter eller om man har en väldigt trist attityd till kvinnor eller öppet vill exkludera vissa grupper av människor. När det gäller att tala illa om sin före detta arbetsgivare så är det ett observandum, kan det finnas frågor att ställa kring detta.	Direkt olämpligt är ju värderingar som inte arbetsgivaren delar med den arbetssökande. Då talar jag om sunda värderingar som att inte bedriva kriminell verksamhet eller liknande.

Det vi har observerat är att negativa uttryck riktade mot sin nuvarande arbetsgivare tillsammans med personliga värderingar och åsikter som inte delas med arbetsgivaren var de vanligaste kommentarerna i sociala medier som kunde uppfattas som olämpliga av våra informanter. Informant C1 påpekar dock att när det gäller negativa kommentarer och åsikter mot en nuvarande arbetsgivare så är detta ett observandum och hade då varit försiktig med att bedöma dessa kommentarer. Dock hade det kunnat finnas frågor att ställa kring detta. Informant D1 säger inget om att denne skulle beakta negativa kommentarer gentemot en

nuvarande arbetsgivare utan söker utifrån ett etiskt perspektiv där individens värderingar i jämförelse med en potentiell arbetsgivares är viktiga. A1 och B1 påpekar att de tittar båda på negativa kommentarer gentemot nuvarande arbetsgivare.

A1 och B1 påpekar i första hand att det som uppfattas som negativt ska vara arbetsrelaterat till skillnad ifrån C1 och D1 som i första hand tittar på individen och vilka värderingar denne verkar ha.

Hoas (2011) säger att statusuppdateringar är ett sätt på Facebook att uttrycka en åsikt i skrift och att denna åsikt bli synlig för alla i det sociala nätverket. Detta kan reflektera negativt på kandidaten om det skulle vara så att åsikten är stötande eller olämplig alternativt en kommentar som uttrycker en åsikt eller ett ställningstagande som företaget i fråga inte vill bli associerat med. Detta är i linje med vad våra informanter har svarat. Dock talar Hoas (2011) inte om att det skulle uppfattas olämpligt att tala illa om ni nuvarande arbetsgivare där skiljer sig några av våra informanter.

2. Om man sedan vänder på frågan och du skulle beskriva en i sammanhanget lämplig kommentar som du som arbetsgivare skulle se positivt på.

Tabell 4.2 Informanternas svar på fråga 2

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Positiva omdömen ifrån andra personer och att man beskriver att man trivs på sin arbetsplats. Jag skulle inte gilla om man nämnde kunderna dock.	Inget svar	Åsikter eller kommentarer som är associerade med branschen. När man visar att man brinner för just en viss bransch eller tjänst. Dock ska man akta sig för att personer kan vara manipulativa och kanske vet att arbetsgivaren går in och tittar på ens profil. Viktigt att vara kritisk och försiktig med bedömningar.	Inställning till sitt arbete, att man kan uppfatta en sund inställning till att arbeta. Det kan vara kommentarer som "härligt, idag ska jag till jobbet".

Informant A1 och D1 påpekar båda att en positiv inställning till sitt arbete kan uppfattas som positivt av arbetsgivaren. A1 är dock mer inriktad på den specifika arbetsplatsen och D1 är mer inriktad på arbete i allmänhet. Informant C1 skiljer sig helt ifrån de övriga informanterna och skulle uppfatta åsikter eller kommentarer som är associerade med branschen som positiva. A1 är dock den enda som lägger vikt vid omdömen ifrån andra personer. Vi tolkar det som att A1 menar omdömen på ett privat plan och inte professionellt orienterade omdömen som till exempel ifrån en arbetsgivare. C1 påpekar också vikten av att vara kritisk och försiktig i sina bedömningar.

3. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget olämplig bild eller film av en arbetssökande genom sociala medier?

Tabell 4.3 Informanternas svar på fråga 3

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Nakenbilder men det skulle vara svårt att ta ställning. Facebook är mer privat än LinkedIn så hade nog reagerat olika beroende på var bilderna låg. Vid alkoholrelaterade bilder skulle vi anpassa intervjun för att få fram syftet med bilderna.	Alkoholrelaterade bilder ska vara väldigt starka för att jag ska reagera på det. Festbilder har alla och det är normalt. Det är viktigt att vara medveten om att allt man lägger ut syns och finns kvar.	Tydliga bilder eller filmklipp som kan uppfattas kränkande och som går emot våra värderingar. Sen att det ligger en och annan festbild när man är ung är förståeligt.	Är man ung och i den fasen av livet att man är ute mycket med kompisar och festar så tycker jag det är acceptabelt att ha lite festbilder. Men ju äldre man blir desto mindre accepterat blir det. Det beror på vilken fas man är i livet och hur gammal man är. Andra bilder som är olämpliga är sådana som den sökande och arbetsgivaren inte delar inställning till. Jag skulle dock inte välja bort personen för att det är mycket partybilder men hade ställt frågor om det på en eventuell intervju.

Gemensamt för alla informanter är att de diskuterar festbilder men också att alla fyra är överens om att det är normalt att ha fest- eller alkoholrelaterade bilder och att man inte lägger någon större vikt vid dessa om de inte är väldigt grova eller extrema. A1 påpekar dock att denne skulle anpassa intervjun för att få fram syftet med bilderna. C1 och D1 betonar dock att det är okej att unga människor lägger ut alkoholrelaterade bilder. Endast en informant, C1 nämner andra typer av bilder som kan ses som olämpliga, nämligen bilder eller filmklipp som är kränkande eller som går emot arbetsgivarens värderingar.

Bohnert och Ross(2010) uppger i sin studie att hypotes 1 har blivit konfirmerad, att personer med en familjeorienterad eller professionellt orienterad profil har större chans i en rekryteringsprocess än de personer som har en alkoholrelaterad profil. De svar som våra informanter har uppgett tyder dock på det motsatta. De är medvetna om att personer kan ha alkohol eller festbilder på sina profiler och det är inget de lägger större vikt vid. Dock tyder det svaret A1 ger på att denne skulle vara lite mer restriktiv men ändå låta personen gå vidare i processen.

4. Om man sedan vänder på frågan och du skulle beskriva en i sammanhanget lämplig bild/film som du som arbetsgivare skulle se positivt på?

Tabell 4.4 Informanternas svar på fråga 4

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Inget svar!	Inget svar!	Det är svårt för det som jag personligen uppfattar som positivt ska egentligen inte färga mitt omdöme. Saker som man kan relatera till är farligt att låta sig färgas av och detta kan leda till subjektiva bedömningar. Subjektiva bedömningar spelar hela tiden in men om man är medveten om den kan man försöka minimera det.	Inget svar!

Informant C1 verkar vara medveten om att subjektiva bedömningar spelar in och det kan vara lätt att bli färgad i sina bedömningar utifrån saker som är lätta att relatera till.

5. Kan en arbetssökande bli direkt utesluten ur rekryteringsprocessen genom, i sammanhanget olämpliga bilder, filmer eller uttrycka åsikter i sociala medier?

Tabell 4.5 Informanternas svar på fråga 5

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Nej, eftersom att det är lätt att tagga personer i bilder så är det viktigt att ta reda på vad som ligger bakom. Vi ger personen en chans att förklara.	Är det väldigt, väldigt olämpligt så kan man absolut bli direkt utesluten. Rasistiskt, sexistiskt eller något som vi som arbetsgivare inte alls står för.	Ja, vi hade ett exempel på en person som vi googlade och fick fram att han hade tydliga kopplingar till sverigedemokraterna. Detta var inte en kandidat vi hade tänkt intervjua ändå men denna kandidat blev eliminerad direkt.	Skulle man uttrycka något direkt omlämpligt så skulle man ta sig en funderare om man skulle ta varandras tid och träffas för en intervju. Samtidigt så hade man en intressant bakgrund, utbildning och profil för tjänsten så skulle man bli nyfiken på varför man ser dessa bilder. Jag tycker inte bara man kan utesluta kandidater, så ser jag en intressant bakgrund skulle jag vilja träffa personen.

Informant B1 och C1 skulle direkt kunna utesluta kandidater men då ska det vara grova bilder eller kommentarer. Båda två ger exempel på rasistiska uttryck som skulle kunna leda till en direkt uteslutning. Informant D1 drar också åt samma håll men skulle överväga hurvida personen skulle bli utesluten eller inte och då genom att ställa den informationen som anses vara olämplig emot tidigare erfarenheter, utbildning och profil. Informant A1 däremot skulle inte utesluta en kandidat ur en rekryteringsprocess baserat på information ifrån sociala medier med tanke på hur lätt det är att bli uthängd på Facebook utan att veta om det. A1 skulle ta reda på vad som ligger bakom och be om en förklaring.

En intressant observation som vi gjorde är att informant C1 påpekar i svaret till fråga fyra vikten av att vara medveten om sina subjektiva bedömningar och inte låta sig färgas av den positiva informationen som kommer ifrån sociala medier. Detta måste ju även tillämpas på negativ information ifrån sociala medier. Ändå säger C1 att en anställd blivit direkt utesluten ur en rekryteringsprocess eftersom att det visade sig att denne hade kopplingar till sverigedemokraterna. Denna informationen fick de genom sociala medier. Informant C1 påpekar också i sitt svar till fråga två att det är viktigt att vara kritisk och försiktig i sina bedömningar.

6. Scenario: En inhyrd anställd skriver på ett avtal/kontrakt med alla dess regler och förpliktelser, i detta avtal står det att arbetstagaren under inga omständigheter får vara illojal mot företaget – Anställdes nära anhörig bli plötsligt svårt sjuk eller råkar ut för en allvarlig olycka – Den anställde söker hjälp hos en chef/arbetsledare – chefen/arbetsledaren är vid tillfället väldigt stressad och hinner inte hjälpa/stödja den anställde och viftar bort denne med

en kommentar som – ”strunta nu i det, gå och jobba igen” – Den anställde känner sig sårad/kränkt och skriver en kommentar på Facebook – ”vilket sjukt dårhus man jobbar på!”. Hur skulle ni reagera på ett sådant uttalande med tanke på den situationen som den anställde befanns sig i?

Tabell 4.6 Informanternas svar på fråga 6(scenario)

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Närmsta chef måste givetvis ta ett samtal med personen. Det spelar också roll vilken typ av anställd det är. Är det en anställd som har en högre befattning i företaget hade det varit allvarigare.	Svår situation. Spontant skulle jag inte säga upp personen, jag skulle ge en varning och ta ett allvarligt snack. Eftersom att personen var inhyrd hade jag inte sagt upp honom utan bara efterfrågat en ny.	Jag hade definitivt haft förståelse för det läget. Även om det skulle finnas ett sådant undertecknat avtal. Det spelar ingen roll om det var en inhyrd eller fast anställd. Vi hade fört en diskussion med den anställde och haft en förståelse för bakgrunden till uttalandet.	Här måste man titta på situationens allvar. Han är jättebekymrad och olycklig för stunden. Jag tycker inte detta är rätt. Jag hade tagit ett samtal med personen och förklarat att jag förstår honom denna gång, samtidigt som vi inte riktigt tagit hand om dig men låt det inte hända igen. Det spelar ingen roll att personen i fråga är inhyrd, hade behandlat denne på samma sätt som en fast anställd.

Ingen av informanterna uppgav att de hade avskedat personen direkt dock så påpekade informant B1 att eftersom att det var en inhyrd person så hade denne bett om att få en ny. Informant C1 och D1 hade behandlat personerna lika oavsett om det var en fast anställd eller en inhyrd. Vi observerade tydliga skillnader i vilken förståelse de olika informanterna hade för situationen. Där C1 och D1 visade båda på stor förståelse och uppfattade situationen som extra ordinär så påpekade B1 att det förvisso var en svår situation men eftersom att det var en inhyrd person så skulle denne bytas ut. A1 visar inte heller på någon större förståelse för situationen men väljer dock inte att avskeda personen. Informant A1 påpekar också att det skulle vara allvarigare om personen i fråga innehar en högre befattning inom företaget.

7. Finns det några särskilda förhållanden där ni skulle se mellan fingrarna om en anställd betar sig, enligt er olämpligt i sociala medier?

Tabell 4.7 Informanternas svar på fråga 7

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Känner vi personen väl och vi känner att det är en engångsföreteelse så skulle vi definitivt se mellan fingrarna.	För mig får man uttrycka sig dumt en gång. Är det första gången tycker jag man kan se mellan fingrarna. Vid upprepning får man ta det vidare. Samma sak gäller om rasism eller andra allvarliga yttringar.	Vi skulle be dem ta ner det omedelbart och påpekat att de ska hålla sig lojala mot företaget. Om det upprepas så blir vi väldigt allvarliga i våra samtal, kanske en skriftlig dokumentation över vad som sagt och gjort klart i detta dokument vad som sker nästa gång det upprepas.	Man accepterar inte allt. Man går igenom olika faser i livet och man får titta på hur gammal personen som skrivit uttalandet är.

Det är tydligt att ett särskilt förhållande för all informanterna är ”första gången”. Första gången är mer eller mindre accepterat av alla informanterna. Vi observerade vissa skillnader i deras motiveringar. Informant A1 pratar om hur väl de känner personen som betett sig olämpligt och att det då är en engångsföreteelse så skulle de se genom fingrarna. Informant B1 säger alla har en chans att bete sig på ett olämpligt sätt, dock om det upprepas kan saken tas vidare. Informant C1 skulle be personen i fråga plocka bort kommentaren och kanske skriva en dokument över vad som händer vid upprepning. Informant D1 påpekar att man accepterar inte allt men menar att det beror också på personens ålder vilka åtgärder som ska vidtas och att man skulle varit mer tolerant beroende på vilken fas i livet man är. D1 och B1 skriver uttryckligen att man inte accepterar allt och kommentarer som skulle vara rasistiska eller sexistiska.

8. Scenario: En anställd skriver något omlämpligt som är negativt riktat mot företaget på Facebook men nekar sedan till anklagelserna och hävdar att någon annan yttrat sig genom dennes profil. Hur skulle ni hantera en sådan situation?

Tabell 4.8 Informanternas svar på fråga 8(scenario)

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Vi måste lita på vad den anställda säger och lita på vår kännedom om personen och hoppas på att det inte händer igen. Om det skulle upprepas så andra gången ber vi personen själv att försöka ta reda på vem som ligger bakom. Händer detta en femte gång är personen förhoppningsvis borta	Det är ju ord mot ord. Första gången säger jag till personen att sköta säkerheten genom att byta lösenord och att jag inte vill se sådana uttalanden igen på Facebook. Upprepas det måste vi ta tag i grundproblemet och fråga oss, varför skriver han detta? Vad ligger bakom dessa uttalanden? Det kan ju finnas grund för det och då måste vi ta tag i problemet	Fört ett resonemang och att den personen fått ta bort det direkt. Om det upprepas så beror det på vilken person som lägger upp det. Är det en person som är lite blåögd och dum och man aldrig skulle kunna tänka sig göra något sådant alternativt en person som man vet skulle kunna göra något sådant för att jävlas lite och har varit inblandad i dessa typer av saker innan så hade det nog varit två helt olika samtal beroende på vilken person det handlar om. Jag tror också att när det gäller personer som innehar en högre befattning inom företaget så ser vi allvarigare på om de uttrycker sig olämpligt i sociala medier eftersom att de ska sätta tonen och föregå med gott exempel.	Man får verkligen fördjupa sig för att ta reda på vad som ligger bakom denna kommentar. Finns det rimligt skäl till att denna person skulle gjort det? Tyvärr är det väl så att om man skapat sig en profil som är till det negativa så blir det kanske lättare att ta förhastade beslut. Samtidigt finns det ju människor som är otroligt duktiga på att manipulera så man får inte vara alltför naiv. Skulle det upprepas så ska det redan under det första samtalet ha bestämts hur personen i fråga ska vidta åtgärder för att det inte ska upprepas en andra gång som till exempel byta lösenord. Hamnar vi i denna situation igen så hjälper det inte att neka.

Alla informanterna säger att de litar på sina anställda om de skulle påstå att det är någon annan som lagt upp en kommentar eller liknande så länge som det är första gången. Vissa skillnader observerade vi dock i deras bedömningar. A1 och B1 skulle behandlat de olika anställda lika oberoende av vem det var som uttryckt sig. C1 och D1 hade agerat på olika sätt beroende på vilken typ av person som var involverad. De hade haft mer förtroende för en person som de aldrig skulle kunna tänka sig göra något sådant. Skulle det däremot vara en person som kanske har visat på lite dålig attityd eller varit inblandad i något liknande tidigare hade de varit hårdare i sin bedömning och denna personen hade haft mindre trovärdighet. Vid upprepningar så säger alla informanter att de varit väldigt mycket allvarigare i sina samtal men att det inte nödvändigtvis hade lett till att personen i fråga blev avskedad.

9. Skulle du kunna ge exempel på konkreta svårigheter som du uppfattar angående beslutsfattandet i en rekryteringsprocess med information ifrån sociala medier som underlag?

Tabell 4.9 Informanternas svar på fråga 9

Informant A1	Informant B1	Informant C1	Informant D1
Det är olika beroende på sammanhang och om det är över en tidsperiod. Det vi gör som sagt är att vi för samtal med personerna och försöker få dem att tänka på vad de lägger upp.	Svårigheten är ofta att det är ryckt ur sitt sammanhang. Om man ta exemplet innan där den anställde skrev "vilket dårhus man jobbar på" så ser det naturligtvis inte snyggt ut men om man titta på bakgrunden och varför det resulterade så här så hamnar det i ett annat läge. Svårigheten med att tolka är att man inte har hela bilden.	Framförallt tillförlitlighet. Värderingen är svår och man måste försöka se informationen som står där i sin helhet. Olika personer värderar ju på olika sätt och en mångfald i rekryteringsprocessen är ett sätt att stävja det. Ibland kan kollegor sitta med vid intervjuer. Detta för att det är viktigt att känna in att detta blir en bra tjej/kille i gänget som kan passa in.	När vi pratar sociala medier så är det svårt att veta vilken grund det finns till informationen.

Alla informanterna påpekar att det svåraste är att se informationen i ett sammanhang och dess tillhörande bakgrund. Informant C1 påpekar också tillförlitligheten av informationen som finns i sociala medier. Men framförallt att informationen kan vara ryckt ur sitt sammanhang är den främsta svårigheten som våra informanter vill lyfta fram.

Tyson (2006) menar att ett bestående problem när det gäller urvalsprocessen är det subjektiva mänskliga omdömet. Det kan vara farligt att lita på en "magkänsla" eller "vilja att personen ska passa in" eftersom att detta är subjektiva åsikter och kan reflektera fördomar och påverka personer som är involverade i urvalet. Informant C1 påpekar att de brukar ha kollegor med vid intervjuerna för att känna in om det är en tjej eller kille som skulle passa in i gänget. Detta går emot vad Tyson(2006) beskriver om det subjektiva omdömet. Samtidigt som informant C1 påstår sig vara medveten om det subjektiva omdömet i svaret till fråga fyra.

5. Diskussion

En orsak till att vi inte hittat så mycket studier på hurvida kommentarer eller uttryckta åsikter i sociala medier påverkar beslutsfattande i rekryteringsprocesser är att på till exempel Facebook är det lätt att stänga sin profil och då finns det inte någon tillgång för allmänheten till dessa kommentarer eller åsikter. När det gäller bilderna är det lättare för att det finns alltid minst en profilbild en arbetsgivare skulle kunna ta del av även om profilen är stängd. Dock med den teorin vi hittade ifrån Hoas (2011) där han säger att det kan reflektera dåligt på kandidaten om det skulle va så att åsikten är stötande eller olämplig alternativt en kommentar som uttrycker en åsikt eller ett ställningstagande som företaget i fråga vill bli associerat med. Det är likadant gällande bilder i sociala medier, de kan vara stötande och olämpliga alternativt reflektera kandidaten på ett bra sätt. De svar vi fick på fråga ett och tre stämmer överens med vad Hoas (2011) säger.

Bohnert och Ross (2010) hypotes 1 där de påstår att personer med familjeorienterade eller professionellt orienterade profiler har större chans i en rekryteringsprocess än personer med en alkoholorienterad profil stämmer inte överens med de svaren vi fick in ifrån våra informanter. En av våra informanter (A1) skulle hålla sig lite mer restriktiv och ställa frågor kring den alkoholrelaterade information som fanns uppe på profilen men skulle inte välja bort en kandidat baserat på detta.

En av våra informanter, (A1) påstår att de inte skulle utesluta en kandidat ur en rekryteringsprocess men informant B1 och C1 skulle kunna göra det. Dock påpekar det att det skulle vara väldigt grova saker i form av rasistiska, sexistiska eller att öppet exkludera vissa grupper. Informant D1 påpekar också att denne skulle ta sig en funderare men hävdar att erfarenhet, utbildning och profil väger tyngre än information ifrån sociala medier. Intressant här är att informant B1 och C1 inte använder sig av sociala medier som en rutin i deras rekryteringsprocesser men informationen de möjligtvis hade kunnat hitta där kan leda till att kandidaten direkt bli utesluten ur rekryteringsprocessen. Vilket i deras fall hade kunnat leda till att de gjorde ett bättre val av kandidat.

Fråga sex vilken vi utformade som ett scenario vars syfte var att förstå komplexiteten med att fatta ett beslut grundat på information ifrån sociala medier. Scenariot beskriver en person som redan är anställd men det vi ville påpeka var svårigheten i att fatta ett beslut om den anställde skulle stanna eller inte. I artikeln ifrån Aftonbladet (2011) så blir den anställde sparkad direkt efter incidenten och då hade chefen kännedom om situationen som personen just då befann sig i. Våra informanter beskrev scenariot som svårbedömt och två av dem (C1 och D1) sympatiserade med den anställde. Informant A1 hade valt att föra ett allvarligt samtal med den anställde men dock inte att sparka honom. Eftersom att den anställde var en inhyrd sådan så hade informant B1 bett om en ny. Hade det varit en fast anställd hade B1 istället valt att ta ett

samtal med honom. Detta var något som vi inte påträffat i tidigare studier. Man kan säga att B1 valde att ta den lätta vägen ut och helt enkelt be om en ersättare där C1 och D1 hade valt att behålla personen även fast denne var en inhyrd. Naturligtvis borde alla behandlas lika oavsett anställning men man kan argumentera att B1 har en verksamhet att sköta och att hantera något sådant kan kräva resurser i form av både tid och personal. Beslutsfattande här är svårt och det är svårt att veta vad som är rätt eller fel. Det är tydligt att våra informanter har olika uppfattningar om vilket beslut som borde fattas men alla verkade ha mer eller mindre sympati för personen som blev avskedad. Det vi tyder ifrån detta är att det beror på vilken eller vilka personer som fattar beslutet och hurvida de känner till vilken situation personen befinner sig i. Om vi ska sätta detta i relation till rekryteringsprocessen så kan det ju vara så att en olämplig kommentar kan uppfattas negativt av en arbetsgivare och kandidaten kan uppenbarligen bli direkt utesluten ur rekryteringsprocessen. Dock kan det vara så att personen som skrivit kommentaren befunnit sig i en jobbig situation och inte tänkte igenom sitt agerande. Då arbetsgivaren inte har bakgrunden och ser hela bilden till varför denna kommentaren skrevs kan det bli lättare att avfärda en kandidat utifrån denna kommentaren.

Einestedt och Stridh (2010) redogör en studie för att undersöka och kartlägga hur pålitliga bedömningar kan göras angående personlighet, intelligens och hur potentiell arbetsprestation utifrån information som finns att tillgå ifrån sociala medier. Dock vill vi påpeka att hur duktiga bedömarna än är så finns det ändå en svårighet att göra en korrekt bedömning av en person utifrån den informationen som finns tillgänglig via sociala medier just för att det kan vara taget ur sitt sammanhang. Om en person under en längre tid haft en svår period i sitt liv och uttryckt detta i sociala medier så skulle en bedömare utifrån dessa uttryck kunna skapa sig en felaktig bild av personen. Studien behandlar inte heller de subjektiva bedömningar som kan spela in i ett beslut även om de är omedvetna. Detta är en av svårigheterna med att fatta beslut utifrån information ifrån sociala medier.

Syftet med fråga sju var att beskriva hur tolerant arbetsgivaren är beroende på vad de ser att en person lägger ut eller skriver i sociala medier. Svaren ifrån våra informanter tyder på att de är toleranta med att uttrycka sig olämpligt i sociala medier där alla informanter uppger att de skulle ge sina anställda en andra och kanske också en tredje chans. Detta kan tyda på att de inte lägger så mycket vikt vid sociala medier och vad som skrivs där. Om vi ska sätta det i relation till rekryteringsprocessen så kan detta också förklara varför de väljer att inte använda sig av sociala medier som en rutin för att skaffa sig mer information om en kandidat eftersom att de inte lägger någon större vikt vid informationen därifrån.

En intressant observation som vi gjorde var att informant D1 påpekade att det spelade roll hur gammal man var, att det skulle vara mer accepterat för en ung person att uttrycka sig olämpligt än för en äldre. Detta är något som vi inte stött på när vi tittat på tidigare studier dock tror vi att detta kan vara fallet eftersom att det är vanligare att man i yngre år har en viss livsstil gentemot de senare åren i livet. Saker som mycket fester och alkohol är i allmänhet mer accepterat under de yngre åren.

Syftet med fråga åtta var att beskriva hur pass kritiska de är gentemot den information som kommer ifrån sociala medier. Alla informanter verkade tro på sin anställda den första gången

som detta inträffar. Vid andra och tredje gången så blev de mer allvarliga. Alla informanterna verkade vara införstådda med att de aldrig kan vara riktigt säkra med vem som skriver eller lägger ut vad i sociala medier och att de i första hand litade på individen som påstod att denne inte uttryckt detta i sociala medier. Trots att de verkar ha en förståelse för att informationen ifrån sociala medier inte alltid är tillförlitligt så valde ändå 3 av 4 informanter i fråga fem att utesluta en person direkt ur en rekryteringsprocess med information ifrån sociala medier som beslutsunderlag. Man kan ha en viss förståelse för att de skulle vara mer försiktiga med att avskeda en anställd på grund av information de fått ifrån sociala medier men de borde dock vara lika kritiska mot den informationen de hittar om kandidater i rekryteringsprocessen och här ser vi tydligt att de inte är det. En förklaring till detta kan vara att det är ett lättare sätt att sälla mellan kandidater och istället för att ta sig det extra arbetet att försöka sätta den informationen som man uppfattar som negativ i ett sammanhang där arbetsgivaren kanske inser att den ändå finns en förståelse för den uttryckta åsikten eller bilden som uppfattades negativt.

Coutu (2010) skiljer på känslor och förnuft när han talar om beslutsfattande. Många beslut måste ibland fattas på ofullständiga grunder, oftast finns det inte tillräckligt med information för att vara helt säker på ett beslut. Coutu (2010) påpekar att ett beslut som grundas på endast känslor är ett dåligt beslut. Förnuftet ska vara ledande i beslutsfattandet

Ofta är informationen som kommer ifrån sociala medier ofullständig och kan tolkas på olika sätt. Det är viktigt att vara medveten om att allt som skrivs och läggs upp i sociala medier kan vara taget ur sitt sammanhang och då missuppfattas. Det är viktigt för arbetsgivaren att inte låta sina känslor ta över utifrån en kommentar eller bild som de hittar i sociala medier och att genom sunt förnuft väga både fördelar och nackdelar mot varandra.

Fråga nio ställde vi i slutet av vår intervju när vi haft våra diskussioner med informanterna för att se om de själva kunde se några konkreta svårigheter med att fatta beslut som var grundade på information ifrån sociala medier. Alla informanterna uppgav att den största svårigheten var att bilden eller kommentaren kunde vara ryckt ifrån sitt sammanhang och detta kunde leda till felbedömningar. Informant C1 påpekade också tillförlitlighet som en svårighet.

Informant C1 uppgav också att ibland kan kollegor sitta med vid intervjuer. Detta för att det är viktigt att känna in att detta blir en bra tjej/kille i gänget som kan passa in. Tyson (2006) menar att ett bestående problem när det gäller urvalsprocessen är det subjektiva mänskliga omdömet. Det kan vara farligt att lita på en ”magkänsla” eller ”vilja att personen ska passa in” eftersom att detta är subjektiva åsikter och kan reflektera fördomar och påverka personer som är involverade i urvalet. Informant C1 påstår sig vara medveten om det subjektiva omdömet i svaret till fråga fyra men ändå så uppgav C1 i svaret på fråga nio att de i sin rekryteringsprocess utför något som går direkt emot vad Tyson (2006) beskriver som olämpligt när beslut ska fattas.

Den största skillnaden vi hittade utifrån våra intervjuer var att svaren ifrån fråga fem visar på att kandidater kan bli direkt uteslutna ur en rekryteringsprocess vilket gör det tydligt att informationen ifrån sociala medier kan väga tungt och faktiskt avgöra ett beslut. Samtidigt

tyder svaren ifrån fråga sju på att de inte lägger så stor vikt vid informationen ifrån sociala medier.

Vi ska här presentera en lista på de omständigheter som enligt våra informanter kan påverka ett beslut grundat på information ifrån sociala medier.

- Fest och alkohol relaterade bilder.
- Tala illa om sin före detta arbetsgivare
- Rassistiska uttryck
- Nedvärderande syn på kvinnor
- Att välja att exkludera vissa grupper av människor
- Kränkningar
- En positiv inställning till arbetslivet
- Positiva uttryck associerade med det arbetet personen i fråga söker
- Uttryckta värderingar som delas med arbetsgivarens verksamhet

Sammanfattningsvis kan man säga att fest och alkoholrelaterade bilder skulle vara väldigt extrema för att våra informanter ens skulle notera det. Alla informanter verkar vara införstådda med att detta existerar. Dock så kan en fest eller alkoholrelaterad bild tas i större beaktning beroende på vilken ålder personen i fråga befinner sig i. Vi fann att det vara mer allmänt accepterat med att leva en viss livsstil i sina yngre år än när personen i fråga var något äldre.

En intressant observation som vi gjort utifrån denna listan är att bortsett ifrån fest och alkoholrelaterade bilder så finns många av de omständigheterna som nämns med i lagstiftningen. Det kändes som att våra informanter citerade ju omständigheter som är direkt hämtade ur en lagstiftning och detta kan bero på att våra informanter inte är speciellt intresserade av information ifrån sociala medier likt den typ av information som Hoas (2011) beskriver. Utifrån våra informanters svar så verkar det som att en kandidat måste i princip öppet bryta mot en lag och visa detta genom sociala medier för att informationen ska vara relevant. Vi jämförde den typ av information som Hoas (2011) presenterar med våra informanters svar och de enda överensstämmelserna var bilder och statusuppdateringar, dock specificerar inte Hoas(2011) vilken typ av bilder och statusuppdateringar, han påpekar dock att en arbetsgivare faktiskt tar dessa i beaktning. Bohert och Ross (2010) påpekar i sin studie att en person med en alkoholrelaterad-profil har mindre chanser att ta sig vidare i en rekryteringsprocess och utifrån det kan vi dra slutsatsen att alkoholrelaterade bilder och statusuppdateringar är något som arbetsgivare tittar på och även kan lägga vikt vid.

Våra informanter skiljer sig här i sina svar då de påstår att de inte lägger någon större vikt vid alkoholrelaterade bilder eller statusuppdateringar, dock påpekar de att denna typ av bilder eller statusuppdateringar är mer allmänt accepterat när en person befinner sig i ett tidigare skede i livet än ett senare.

Våra informanter nämnde inte någon annan av de andra omständigheterna som Hoas (2011) påpekar.

Däremot hittade vi likheter när Hoas (2011) rangordnade typen av information som arbetsgivare tittar efter där kommentarer och värderingar som reflekteras negativt på kandidaten, var den typ av information som arbetsgivare lägger störst vikt vid enligt Hoas (2011). Våra informanter visade också på att de lägger stor vikt vid vilka värderingar en kandidat har. t. Där ser vi också en likhet i svaren med våra informanter där vi fick mest konkreta exempel på kommentarer och värderingar som reflekterar negativt på en kandidat.

Vi kunde utifrån litteraturen och svaren ifrån våra informanters svar konstatera att det fanns skillnader i vilken typ av information som en arbetsgivare letar efter i sociala medier.

6. Slutsats

Syftet med denna uppsats var att besvara forskningsfrågan; *Vilka svårigheter finns det med information ifrån sociala medier kring beslutstagande?*

Mer precist valde vi att använda oss av rekryteringsprocessen som infallsvinkel för att belysa detta.

Utifrån den studien som vi har utfört kan vi dra slutsatsen att det finns svårigheter kring beslutstagandet med information ifrån sociala medier som grund. I vår teoretiska genomgång har vi redogjort för studier som har undersökt information ifrån sociala medier som beslutsunderlag. De studier som vi redogjort för där är väldigt inriktade på vilken typ av information som påverkar arbetstagaren. I vårt empiriska material har vi dock funnit att svårigheterna inte ligger i vilken typ av information utan snarare i tolkningen av den. De två främsta svårigheterna som vi har kommit fram till är den mänskliga subjektiva bedömningen och tillförlitligheten av informationen som kommer ifrån sociala medier.

Vi kan också konstatera att gränsdragningen för vad som är accepterat och icke accepterat beteende i sociala medier av en arbetssökande eller anställd beror i första hand på vilka policys företag har angående sociala medier men också till stor del på personen som ska fatta beslut grundat på information ifrån sociala medier. Detta skiljer från företag till företag men också ifrån person till person beroende på vilka värderingar företaget har och vilka värderingar personen som ska fatta beslutet har. Enligt denna studie finns det inget svar på frågan om var gränsen ska dras angående accepterat eller icke accepterat beteende i sociala medier.

Vi kan också konstatera att man som både arbetssökande och anställd borde tänka på några faktorer angående sitt beteende i sociala medier. Dessa presenterar vi i nedanstående tabell.

Tabell 6.1 Svårigheter för arbetsgivare

Subjektiva bedömningar
Tillförlitlighet

Vi kommer här presentera hur man kan arbeta med dessa svårigheter.

Subjektiva bedömningar kommer alltid att spela en viss roll när en individ ska fatta ett beslut. Ett enkelt sätt att stävja detta är att involvera fler personer i beslutsprocessen men i slutändan är det upp till varje individ att visa på medvetenhet av sina egna subjektiva bedömningar och genom att vara medveten om dem så ska personen försöka tänka rationellt och väga både fördel och nackdelar.

Tillförlitligheten är väldigt svår att stävja eftersom att det kan vara svårt för en person att ta reda på källan till informationen. Att veta vem, varför och när en bildfil eller kommentar lagts upp är nästintill omöjligt att ta reda på. Också som våra informanter har påstått så kan bilden, filmen eller kommentaren vara ryckt ur sitt sammanhang och missuppfattas. Så om arbetsgivarna ska använda sig av information utifrån sociala medier det bästa är att försöka se helhetsbilden och inte låta beslutet avgöras utifrån information ifrån sociala medier utan se till ett en kandidats tidigare erfarenheter, rekommendationer och ett eventuellt personligt brev och sen gör avvägningen hurvida det som lagts ut i sociala medier verkar stämma in på den personen som arbetsgivaren bildat sig en uppfattning om innan de gjorde en nätkoll.

En annan slutsats som vi också drar är att utifrån våra informanter så finns det inte något större intresse för att använda sig av information ifrån sociala medier varken i nuläget eller framtiden. Med tanke på den ökade användningen av sociala medier i rekryteringsprocessen som vi påvisade i den teoretiska genomgången så verkar våra informanter inte vara inne på samma spår. Våra informanter anser inte heller att den typen av information som tidigare studier visar är relevant, då i form av alkoholrelaterade profiler i sociala medier för att fatta ett korrekt beslut gällande en kandidat i en rekryteringsprocess.

6.1 Rekommendationer för arbetsgivare

I den inledande fasen av rekryteringsprocessen rekommenderar vi arbetsgivare att sätta upp policys och regler för hur man ska arbeta med sociala medier i rekryteringsprocessen. Här bör arbetsgivaren också arbeta med att sätta upp policys för hur information ifrån sociala medier ska hanteras så att alla involverade i rekryteringsprocessen kan arbeta konsekvent med information ifrån sociala medier. Som både Nye (2009) och Pinsent Curtis Biddle (2001) påpekar så är det viktigt med klart definierade urvalskriterier under en rekryteringsprocess. Arbetsgivaren borde också här bestämma vilken typ av information ifrån sociala medier de som är relevant och som bör beaktas i en specifik rekryteringsprocess.

6.2 Rekommendationer för arbetstagare

Utifrån vår studie har vi funnit att man som arbetstagare inte behöver vara överdrivet försiktig vad gäller användande och beteende i sociala medier. Håller arbetstagare sig bara inom lagens ramar och inte ger uttryck för några extrema åsikter så behöver arbetstagare inte känna någon oro över vad arbetsgivare kan hitta om dem i sociala medier.

Med detta sagt vill vi påpeka att dessa slutsatser är dragna utifrån våra resultat dock så finns det begränsningar med vår studie i form av att det var ett lågt urval av informanter. Med dessa begränsningar vill vi påstå att det inte går att generalisera de slutsatser vi dragit.

7. Begränsningar

En faktor som påverkar är att det empiriska materialet kunde ha samlats in i en större utsträckning. Vilket innebär att studien kunde involverat ett större urval av informanter. Eftersom att naturligtvis varierar det från företag till företag och person till person vilka svårigheter som upplevs och hur man arbetar med sina rekryteringsprocesser.

Vid tre (A, B, D) intervjuer glömde vi att ställa fråga nummer fyra till våra informanter och fick därför bara svar ifrån en informant på just den frågan vilket bidrar till ytterligare begränsningar. Vi glömde också ställa fråga nummer två till informant B1.

Bilaga 1 – Intervjuguide

1. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget olämplig kommentar eller uttryckt åsikt av en arbetssökande genom sociala medier? Ge gärna exempel. Om man sedan vänder på frågan och du skulle beskriva en i sammanhanget lämplig kommentar som du som arbetsgivare skulle se positivt på.
2. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget olämplig bild eller film av en arbetssökande genom sociala medier? ge gärna exempel. Om man sedan vänder på frågan och du skulle beskriva en i sammanhanget lämplig bild/film som du som arbetsgivare skulle se positivt på?
3. Kan en arbetssökande bli direkt utesluten ur rekryteringsprocessen genom, i sammanhanget olämpliga bilder, filmer eller uttrycka åsikter i sociala medier?
4. Scenario: En anställd skriver på ett avtal/kontrakt med alla dess regler och förpliktelser, i detta avtal står det att arbetstagaren under inga omständigheter får vara illojal mot företaget – Anställdes nära anhörig bli plötsligt svårt sjuk eller råkar ut för en allvarlig olycka – Den anställda söker hjälp hos en chef/arbetsledare – chefen/arbetsledaren är vid tillfället väldigt stressad och hinner inte hjälpa/stödja den anställda och viftar bort denne med en kommentar som – ”strunta nu i det, gå och jobba igen” – Den anställda känner sig sårad/kränkt och skriver en kommentar på Facebook – ”vilket sjukt dårhus man jobbar på!”. Hur skulle ni reagera på ett sådant uttalande med tanke på den situationen som den anställda befanns sig i?
5. Finns det några särskilda förhållanden där ni skulle se mellan fingrarna om en anställd betar sig, enligt er olämpligt i sociala medier?
6. Scenario: En anställd skriver något omlämpligt som är negativt riktat mot företaget på Facebook men nekar sedan till anklagelserna och hävdar att någon annan yttrat sig genom dennes profil. Hur skulle ni hantera en sådan situation?
7. Skulle du kunna ge exempel på konkreta svårigheter som du uppfattar angående beslutsfattandet i en rekryteringsprocess med information ifrån sociala medier som underlag?

Bilaga 2 - Intervjuprotokoll

Intervju med informant A1(HR-chef) från företag A

1. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget, inom rekrytering, en olämplig kommentar eller uttryckt åsikt av en arbetssökande inom sociala medier? Har du något typiskt exempel som du skulle känna är olämpligt?

Kränkande eller allvarligt för den arbetsgivare personen har eller att han utelämnar verksamheten negativt eller till och med väldigt negativt men vi tittar inte så mycket på de här delarna. Det som ligger till grund för vårt arbete med våra chefer och som vi har varit inne på tidigare, Finland vill gärna ha in en policy också men vi har försökt att sammarbeta med det här tidigare. De vill mer jobba mot att förbjuda att skriva det som är förbjudet och det man inte får göra medan vi på svenska sidan hellre vill jobba med att berätta vad man får göra, vad som är tillåtet och hur vi kan utnyttja detta. Så vi ligger lite emot varandra för tillfället så samarbetet ligger nere just nu men vi måste ta upp det för det händer så mycket inom det här området.

2. Okey, så ni vill lyfta fram de positiva delarna med sociala medier och hur man kan använda dem på ett positivt sätt?

Ja just den frågan om vad som är olämpligt är just detta med personliga påhopp på arbetsgivare eller verksamhet och dess kunder, det tycker jag är ett riktigt övertramp, när man inte ställer upp för det man jobbat för. Sen är det givetvis svårt att dra gränsen, det är mycket att fundera på.

3. Om man vänder på frågan, vad skulle du se som en lämplig kommentar som skulle uppfattas positivt i sammanhanget, något som skulle ge en fördel i processen som arbetssökare?

Det skulle vara om man beskriver verksamheten, både objektivt och hur kul det är att jobba där, vilka bra arbetskamrater man har eller vilka verktyg man använder. Fast jag gillar inte om man skulle nämna kunderna, varken på den positiva eller negativa sidan. Vi har många kunder som inte tycker om att bli nämnda i dessa sammanhang. Nej som sagt, positiva omdömen och att man trivs på sin arbetsplats. Sen kan det kanske komma in uttalanden som att man har mycket att göra och sådana saker men det får man ta.

4. Om man tittar på en rekryteringprocess, innan personen är anställd. Vad skulle vara intressant att titta på då?

Jag tittar mest på LinkedIn och vad som finns där. Sen förekommer det att vi googlar och ser om personen har förekommit i någon artikel från svenska dagbladet till exempel.

5. Okey, LinkedIn säger du, det är ju mer professionellt orienterat med cv och personligt brev och olika erfarenheter. Även vilka kontakter man har, skulle det kunna vara så att om personen i fråga har någon kontakt som ni inte vill bli associerade med, så skulle denna person direkt kunna bli utesluten från rekryteringsprocessen?

Nej det blir han inte. Vi har inte stött på detta problem ännu. Vi tittar mest på var personen har jobbat tidigare och framför allt tittar vi mest på personlighet. Vi har också börjat med att bygga upp intervjuer för att se vilka personer som har viljan att kliva fram. Runt 60 % är den tekniska kompetensen och 40 % är rena personliga egenskaper. Det är bättre att bygga kompetensen runt personligheten än tvärtom.

6. Om vi går vidare här, egentligen samma fråga som innan men hur skulle du beskriva en olämplig bild eller film. Om vi tar en bild som exempel, var drar ni gränsen för vilka bilder som är olämpliga att lägga upp på sociala medier? Finns det något som ni inte skulle vilja bli associerade med?

Det är ju lite det här som har varit uppe i arbetsdomstolen nu, jag har inte sett bilderna heller men det här med nakenbilder och så. Jag vet faktiskt inte hur vi skulle ställa oss till det. Facebook är mer privat än LinkedIn så vi skulle reagera på olika sätt beroende på var bilderna är upplagda.

7. Alkoholrelaterade bilder då? Säg en kombination med naket och alkohol, extrema bilder. Hur skulle ni tackla en sådan situation?

Vi skulle nog försöka anpassa frågorna i intervjun till att få fram syftet med bilderna.

8. Okey så ni hade inte direkt avfärdat personen?

Nej eftersom det är så lätt att tagga personer i bilder och så måste man kolla upp vad som ligger bakom. Upprepas sedan det här om personen blir anställd måste man ta en väldigt allvarlig diskussion för att försäkra oss om att personen har ett beteende som passar in.

9. Ja och nästa fråga här. Kan en arbetssökande bli direkt utesluten från rekryteringsprocessen för att han eller hon har lagt ut olämpligt material i sociala medier? besvarar ju sig själv då ni väljer att ta upp frågan med personen och ger honom en chans att förklara och så.

Ja

10. Scenario: En anställd skriver på ett avtal/kontrakt med alla dess regler och förpliktelser i detta avtal står det att arbetstagaren får under inga omständigheter vara illojal mot företaget – Den anställdes nära anhörig bli plötsligt svårt sjuk eller råkar ut för en allvarlig olycka – Den anstälde söker hjälp hos en chef/arbetsledare – chefen/arbetsledaren är vid tillfället väldigt stressad och hinner inte hjälpa/stödja den anstälde och viftar bort denne med en kommentar som – ”strunta nu i det, gå och jobba igen” – Den anstälde känner sig sårad/kränkt och skriver en kommentar på Facebook – ”vilket sjukt dårhus man jobbar på!”. Hur skulle ni reagera på ett sådant uttalande med tanke på den situationen som den anstälde befinner sig i?

Närmsta chef måste givetvis ta ett samtal med personen. Försöka få fram syftet med uttalandet. Det kan ju förekomma på alla nivåer att person uttrycker sig lite ovarsamt. Det är ju skrivet i ett forum där all information sprids väldigt snabbt. Man får också ha i åtanke på vad det är för anställd, om det är en väldigt viktig anställd kan vi vara väldigt dömande. Vi har ju anställda som utför uppdrag åt rikspolisstyrelsen och de genomför sådana sökningar och då är det allvarligt om dem hittar olämpliga uttalanden. Men alla får en chans att förklara sig.

11. Finns det särskilda förhållanden där ni skulle se mellan fingrarna om en anställd betar sig, enligt er olämpligt i sociala medier?

Känner vi personen väl och vi känner att det är en engångsföreteelse så skulle vi definitivt se mellan fingrarna.

12. Ett litet scenario till här: en anställd skriver något negativt om företaget men nekar sedan till anklagelserna och hävdar att någon annan har yttrat sig på hans profil. Hur skulle ni ställa er mot det?

Samma sak här, vi måste lita på det den anstälde säger och lita på vår kännedom om personen och hoppas på att det inte händer igen.

13. Okey, så ni skulle prata med personen ifråga om det var en engångsföreteelse men om det skulle upprepas ett flertal gånger och personen fortsätter att neka till anklagelserna? Skulle ni vara mer skeptiska till personens nekande då?

Redan efter andra upprepningen så skulle vi i så fall be personen att själv försöka ta reda på vem som ligger bakom det här och skulle det hända en femte gång hoppas jag att personen är borta.

14. En liten avslutning här, var anser du svårigheterna ligger i att bedöma information från sociala medier? Var finns svårigheterna med att tolka informationen, är den trovärdig och var drar man gränsen för vad som är olämpligt och lämpligt?

Det är olika beroende på sammanhang och om det är över en tidsperiod. Det kan vara så att vi står inför en stor nedskärning och tvingas säga upp ett antal personer och då får man ha en större tolerans för att det läggs upp på Facebook till exempel. Det vi gör är som sagt att vi för samtal med personerna och försöker få dem att tänka på vad de lägger upp för något.

Intervju med informant B1(Rekryteringskonsult) från företag B

1. Hej, vad jag har förstått arbetar du mycket med rekrytering genom sociala medier och inte så mycket med att screena kandidater?

Nej inte så jättemycket, många arbetsgivare använder sociala medier främst för att hitta kandidater och för att marknadsföra tjänster, man använder det mindre för att screena kandidater, det används i det syftet också men mindre än vad man kanske kan tro.

2. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget olämplig kommentar eller uttryckt åsikt, av en arbetssökande på till exempel Facebook?

Självklart beror det på vilken tjänst man söker till men olämpliga kommentarer är allt där man talar illa om sin arbetsgivare eller om sin arbetslivssituation, det kan ju vara kollegor och så också, skitsnack om sin arbetsgivare, sina kollegor och arbetet som helhet är olämpligt. Bara att uttrycka olust om sitt arbete, som att säga ”idag ska jag gå till jobbet, fy fan vad tråkigt”, sådant ser ju inte bra ut. Sen har vi också radikala åsikter långt åt vänster eller långt åt höger, sådant är också olämpligt.

3. Om vi vänder på det och säger att du genomför en screening på en person innan han är anställd, då kan han ju inte tala illa om just er arbetsplats, har du något annat exempel där?

Det kan vara om man talar illa om sin befintliga arbetsgivare som man kanske har nu. Då undrar man vad personen har för syn på det här, talar du illa om din tidigare arbetsgivare talar du kanske illa om oss också.

4. Sen vi i princip samma fråga igen med skillnaden om man uttrycker sig i bild eller film!

Här skulle jag vilja vända lite på det. Många tror att om man har en massa festbilder och sådant så är man diskvalificerad och det är man absolut inte. Om jag ska anställa dig och intervju dig så går jag in på din Facebook-sida och ser en massa bilder på vilda studentfester, alltså det måste vara rätt starka bilder innan jag reagerar. Om jag ser lite bilder på dig när du dricker öl, vin eller dansar på fyllan so what? Det gör ju alla. Så man ska inte vara rädd, det ska vara väldigt starka bilder innan man börjar ifrågasätta personens omdöme överhuvud taget. Använd sunt förnuft och pratat vi Facebook så använd inställningarna så att inte alla kan se din profil.

5. Men det ju inte alla som tänker på vad de lägger ut!

Nej just det, och det ska man verkligen vara medveten om att allt man lägger ut syns och finns kvar och inte sällan är det sökbart efteråt.

6. Kan en arbetssökande bli direkt utesluten från rekryteringsprocessen för att han eller hon har lagt ut olämpligt material i sociala medier?

Är det väldigt, väldigt olämpligt så kan man absolut bli direkt utesluten.

7. Och med väldigt olämpliga menar du rasistiska eller sexistiska inslag?

Ja just det, är det rasistiskt, sexistiskt eller något man över huvud taget inte kan stå för, det framkommer genom den här kommentaren som du gett uttryck för att du har en syn vi absolut inte kan ställa upp, vi inte kommer att kunna mötas här.

8. Låt säga att du hittar sådana här bilder på en persons profil men i övrigt passar er profil klockrent, skulle ni då ändå prata med personen och försöka ta reda på vad han menar med att lägga ut bilden?

Ja det skulle vi göra. Är det en utannonserad tjänst och vi har ett gäng precis lika klockrena kandidater så skulle vi välja någon av dem istället men om det bara finns den här personen skulle vi gå vidare med honom och sedan

på intervjun berätta att vi googlat honom och hittat lite saker som vi har frågetecken kring och be personen kommentera det.

9. Scenario: En anställd skriver på ett avtal/kontrakt med alla dess regler och förpliktelser i detta avtal står det att arbetstagaren får under inga omständigheter vara illojal mot företaget – Den anställdes nära anhörig bli plötsligt svårt sjuk eller råkar ut för en allvarlig olycka – Den anställde söker hjälp hos en chef/arbetsledare – chefen/arbetsledaren är vid tillfället väldigt stressad och hinner inte hjälpa/stödja den anställde och viftar bort denne med en kommentar som – ”strunta nu i det, gå och jobba igen” – Den anställde känner sig sårad/kränkt och skriver en kommentar på Facebook – ”vilket sjukt dårhus man jobbar på!”. Hur skulle ni reagera på ett sådant uttalande med tanke på den situationen som den anställde befinner sig i?

Det är en svår situation, det är det verkligen. Jag tror inte det finns något standardsvar på detta. Spontant skulle jag inte säga upp den personen, jag skulle ge en varning och ta ett samtal och säga att detta är väldigt olämpligt men jag skulle inte säga upp personen. Men var inte detta fall frågan om en uthyrd person?

10. Ja, det stämmer

Ja just det, skulle det handla om en inhyrd person så säger jag inte upp personen utan ber bara om en annan istället.

11. Okej så det är en lättare situation om det handlar om en inhyrd person istället för en fast anställd?

Ja just det, hade det varit en fast anställd hade jag inte sagt upp den personen. Jag hade tagit ett samtal med honom, man får i affekt uttrycka sig dumt en gång, det får man göra.

12. Finns det några andra särskilda förhållanden där ni skulle se mellan fingrarna efter att en anställd uttryckt sig illa i sociala medier?

För mig så får man uttrycka sig dumt i sociala medier en gång, då säger man inte upp den personen, det tycker inte jag är godtagligt i saklig grund så jag tycker man kan se mellan fingrarna ganska mycket. Men det är det om personen upprepar sig, att han fortsätter att tala illa om sin arbetsgivare, då får man ta det vidare. Samma sak gäller om rasism eller andra allvarliga yttringar kommer upp efter det att personen anställts.

13. Sen har vi ett annat scenario. Om en anställd skriver något som är negativt riktat mot företaget i sociala medier men nekar sedan och säger att någon annan har yttrat sig på hans profil. Hur skulle ni hantera en sådan situation?

Ja du, det är ju ord mot ord som står då. I ett första skede skulle jag säga till personen att se till att ha en sådan säkerhet så att ingen annan har tillgång till konto. Oavsett om det är du eller någon annan som säger det så är det inte acceptabelt, jag vill en se sådana uttalande om oss som arbetsgivare på din Facebook-sida. Så höj din säkerhet och byt lösenord, en gång kan det hända men inte fler gånger. Om det skulle upprepas och han fortsätter att neka så måste personen byta lösenord och sen måste vi ta tag i grundproblemet. Var skrivs det här? Vad känner personen som skriver detta? Det kan ju finnas grund för det och då är det viktigt att vi löser det grundproblemet.

14. Hur skulle ni göra detta? Föra samtal med personen?

Ja det skulle vi göra, samtidigt beror det lite på vilken tjänst personen har.

15. Om vi då säger att det är en ganska viktig tjänst!

Ja är det en ganska viktig tjänst så är det samtal som gäller. Skulle det inte gå att lösa genom samtal så är den sista vägen är såklart att man får komma överens om att nå, du verkar väldigt missnöjd och det verkar vara väldigt viktigt för dig att uttrycka ditt missnöje så det bästa här är om vi går skilda vägar. Man kommer överens om att du får x antal månadslöner så säger du upp dig.

16. Vilka svårigheter anser du det finns med att tolka information från sociala medier?

Svårigheten är ofta att den är ryckt ur sitt sammanhang. Om vi tar exemplet du tog upp innan, ”vilket dårhus man jobbar på”, det är naturligtvis inte okey att skriva så men tittar man på bakgrunden och varför det blev som det blev så hamnar saker i ett annat läge. Så den stora svårigheten är att få sammanhanget, allting är uttryckt ur ett sammanhang. Så den stora svårigheten med att tolka är att man inte har hela bilden, att man egentligen måste ha ett samtal med personen och ta reda på vad som hände och varför.

Intervju med informant C1(Personalansvarig) från företag C

1. Hur skulle du beskriva en i sammanhanget olämplig kommentar eller uttryckt åsikt av en arbetssökande i sociala medier?

För mig handlar det mycket om man uttrycker sådant som går direkt emot våra värderingar, vi har ju våra grundvärde ord, det som vårt företag står för. Skulle jag se en öppet rasistiskt förhållningsätt eller den sortens åsikter som till exempel Sverigedemokraterna står för, så hade det inte passat i vårt företag. Sen om det ligger en och annan festbild, det förstår man ju såklart att om man är ung så kan det finnas några sådana här och där. Ett annat exempel på olämpligt förhållningssätt kunde ju vara att man har en väldigt trist attityd till kvinnor eller öppet vill exkludera vissa grupper av människor.

2. En annan sak som vi fått ifrån andra intervjuer är att det ses som olämpligt att tala illa om sin nuvarande arbetsgivare, hur ser du på det?

Jag hade nog tyckt det var ett observandum. Det hade nog funnits frågor att ställa kring det då. Det är tveksamt om denna person skulle fått komma på intervju men det är beroende på hur grova dessa kommentarer är.

3. Om vi vänder på frågan och du skulle få beskriva någon åsikt eller kommentar som du uppfattar positivt?

Åsikter eller kommentarer som är associerade med branschen eller jobbet. När man visar på att man brinner just för en viss tjänst eller bransch.

4. Låt oss säga att en person just ansökt om en tjänst hos er, personen i fråga går sen hem och skriver på sin Facebook – ”åh idag har jag sökt till företag X och jag hoppas verkligen att jag får tjänsten, de verkar vara ett suveränt företag där jag verkligen vill jobba, hoppas, hoppas, hoppas”. Hade detta då ökat denna persons chanser i rekryteringsprocessen om ni som företag gått in och tagit del av denna kommentar?

Det är inte säkert, personen i fråga kan ju vara manipulativ också, för vet jag som arbetssökande att arbetsgivaren går in och tittar på min profil hade jag kunnat skriva det just för att öka mina chanser. Så något sådant hade jag inte svårt rakt av. Smicker i all sin ära men man måste även tänka rationellt och inte låta sig föras bakom ljuset. Det är en svår bedömning att göra men jag måste naturligtvis hålla mig kritisk, och man ska vara försiktig med att bedöma detaljer eller mindre saker. Det skulle kunna komplettera en bild och jag skulle kunna ta med det i beaktning men med försiktighet.

5. Hur skulle du i sammanhanget beskriva en olämplig bild eller film av en arbetssökande genom sociala medier?

Tydliga bilder eller filmklipp som kan uppfattas som kränkande och då återkommer vi till våra värderingar och det är utifrån dessa som vi bygger vårt företag och tar in vår personal. Och du som anställd måste känna att de är rätt för dig annars funkar inte vi tillsammans.

6. Om vi då vänder på den frågan också och ber dig ge exempel på bilder eller filmer som du skulle uppfatta är positiva?

Det är svårt för det som jag personligen uppfattar som positivt ska egentligen inte färga mitt omdöme. Det kan ju påverka mig om jag e kritiskt, säg att någon lägger upp bilder på ett favoritresemål eller den finaste hunden man vet. Saker som man kan relatera till är farligt att låta sig färgas av detta leder till subjektiva bedömningar. Sedan spelar den subjektiva bedömningen in hela tiden men är man medveten om att den existerar bör man också kunna tona ner den och alltid sträva efter att titta på alla kandidater objektivt.

7. Kan en arbetssökande bli direkt utesluten ur rekryteringsprocessen genom, i sammanhanget olämpliga bilder, filmer, eller uttryckta åsikter i sociala medier?

Vi har faktiskt haft ett exempel på detta när vi vid ett tillfälle skulle rekrytera. En medarbetare som var med i processen valde att använda sig av Google för att screena några kandidater. Det visade sig att en av kandidaterna hade tydliga kopplingar till Sverigedemokraterna. Denna kandidat var inte en av dem vi ville intervjua, men min uppfattning är att vi inte vill bli associerade med den sortens åsikter.

Religion eller trosuppfattning spelar ju däremot ingen roll, diskrimineringslagstiftningen är ju väldigt tydlig på denna punkt att ingen får exkluderas t ex på grund av sin etnicitet.

8. Scenario: En anställd skriver på ett avtal/kontrakt med alla dess regler och förpliktelser i detta avtal står det att arbetstagaren får under inga omständigheter vara illojal mot företaget – Den anställdes nära anhörig bli plötsligt svårt sjuk eller råkar ut för en allvarlig olycka – Den anstälde söker hjälp hos en chef/arbetsledare – chefen/arbetsledaren är vid tillfället väldigt stressad och hinner inte hjälpa/stödja den anställda och viftar bort denne med en kommentar som – ”strunta nu i det, gå och jobba igen” – Den anstälde känner sig sårad/kränkt och skriver en kommentar på Facebook – ”vilket sjukt dårhus man jobbar på!”. Hur skulle ni reagera på ett sådant uttalande med tanke på den situationen som den anstälde befinner sig i?

Jag hade definitivt haft förståelse för det läget. Även om det skulle finnas ett sådant undertecknat avtal skulle vi aldrig gjort så mot en medarbetare. Dock hade vi tagit ett samtal med personen i fråga och sagt till att vi har förståelse för detta naturligtvis men det var inte lämpligt att uttrycka sig på det viset.

9. Hade det varit skillnad om det var en fast anställd eller en inhyrd person?

Nej det hade det inte, men med en inhyrd så är vi inte arbetsgivare på samma sätt. Men vi hade kunnat bryta avtalet och be om en annan person. Vi hade nog haft samma diskussion oberoende om det var en fast anställd eller en inhyrd och haft en förståelse för bakgrunden till uttalandet.

10. Finns det några särskilda förhållanden där ni skulle se mellan fingrarna om en anställd betar sig, enligt er olämpligt i sociala medier?

Det var ett exempel för ett tag sen här där några medarbetare hade uttryckt sig milt negativt mot företaget och det kom då till närmsta chefs kännedom. Dom ombads ta bort det omedelbart, sen hände det inte mycket mer med det. Det var ju naturligtvis inte så snyggt men det blev inget större av det. Vi påpekade att de skulle förhålla sig lojala till sin arbetsplats så länge som de arbetar här.

11. Fanns det någon speciell anledning till att de uttryckte sig på detta viset, vad var bakgrunden?

Jag har inte detaljerna kring det, men jag tror inte att det var någon speciellt. Men det var absolut inte snyggt. Personerna som skrivit detta ställer inte sig själva i bra dager heller utan tvärtom gör de bort sig.

12. Om det skulle upprepas?

Då är vi väldigt allvarliga i vårt samtal och påpeka att detta faktiskt kan leda till att personen i fråga skulle kunna bli av med sin anställning. Kanske också en skriftlig dokumentation över att detta samtal har ägt rum och att vid nästa tillfälle om detta skulle upprepas ytterligare så har vi ett dokument som säger vad som ska ske då. Vi är dock relativt toleranta första gången, tar ett resonemang med den anställda och få dem att förstå att detta inte är okej.

13. Sen har vi ett annat scenario. Om en anställd skriver något som är negativt riktat mot företaget i sociala medier men nekar sedan och säger att någon annan har yttrat sig på hans profil. Hur skulle ni tackla en sådan situation?

Fört ett resonemang och att den personen fått ta bort det direkt.

Om det upprepas?

Det beror på vem det är då. Är det en person som man vet aldrig har gjort något sådant och är lite blåögd och dum och man aldrig skulle kunna tänka sig göra något sånt alternativt en person som man vet skulle kunna göra något sånt här för att jävlas lite och har varit inblandad i sådant innan så hade det nog varit två helt olika samtal alltså tagit ett lite allvarliga med den sistnämnda personen.

Spelar det någon roll vilken typ av position man innehar på företaget?

Ja jag tror att speciellt chefs-positioner har högre krav på sig i bland annat detta avseende eftersom att det är jag som chef som ska sätta tonen och föregå med gott exempel så hade jag som chef uttryckt avsmak eller negativa kommentarer mot företaget så hade de sett allvarligare på det.

Sedan beror det också mycket på attityden av den personen som har uttryckt dessa åsikter. Kommer en person och visar på tydlig ånger och mår dåligt över detta gentemot någon som kanske säger att – ”det ska du skita i varför jag lägger upp sådant på min Facebook” där blir det också helt olika samtal angående det som har hänt.

Som avslutande fråga skulle vi be dig om att ge exempel på svårigheter som finns angående beslutsfattande i en rekryteringsprocess med sociala medier som underlag?

Ja, framför allt så är det tillförlitlighet. Alltså är detta något som jag verkligen kan tro på eller är det något annat. Värderingen är svår. Man måste värdera informationen som står där och försöka se det i sin helhet. Olika personer värderar på olika sätt och ett sätt att stävja detta är att involvera många personer i rekryteringsprocessen och just genom mångfaldet ska man försöka undvika ett enkelspårigt beslut och oftast är vi alltid en grupp som sköter en rekrytering. Ibland kan också kollegor sitta med i intervju situationerna. Det är viktigt att känna in att detta blir en bra tjej/kille i gänget som kan passa in.

Intervju med informant D1(Rekryteringskonsult) från företag D

1. Hur skulle du i sammanhanget beskriva en olämplig kommentar eller uttryckt åsikt av en arbetssökande i sociala medier? Har du något exempel?

Direkt olämpliga är ju värderingar som inte arbetsgivaren delar med den arbetssökande. Det kan vara många saker i och för sig men om man stödjer någonting som inte ens arbetsgivare delar uppfattning med. Det finns ju så många olika organisationer eller inriktningar och det är inte så lämpligt att uttrycka.

2. Det kan ju variera från arbetsgivare till arbetsgivare vad dem har för värderingar!

Ja men det ska vara sunda värderingar. Inte kriminell verksamhet eller liknande, det tycker absolut inte skulle vara något lyckosamt drag.

3. Om man då vänder på frågan, hur skulle du beskriva en positiv kommentar eller uttryckt åsikt av en arbetssökande som skulle leda till att personen avancerade i rekryteringsprocessen?

Inställning till sitt arbete, vad som driver en så kan man tycka att den här personen har en sund inställning, typ "härligt, idag ska jag till jobbet" eller vad man nu skriver som får mig som arbetsgivare att känna att personen har en sund inställning.

4. Då kan man säga att det gäller samma sak om man vänder på det, att det är negativt om en person till exempel skriver "Usch, iväg till mitt dryga jobb idag igen"?

Ja precis och det kan ju vara för stunden att man inte trivs på sin arbetsplats av olika skäl. Samtidigt tycker jag inte det är så att man ska vara väldigt försiktig med det man skriver på Facebook, sen att man säger till sin närmsta att man är trött på sitt jobb av olika skäl, det får man såklart göra.

5. Sen har vi ungefär samma fråga igen fast med skillnaden om man uttrycker sig i form av en bild eller film som man lägger upp på till exempel Facebook!

Det finns säkert många bilder som inte är lämpliga att lägga ut. Sen kan jag förstå att man går igenom olika faser i livet. Är man ung och är i den fasen att man är mycket ute med kompisar och festar så tycker jag det är acceptabelt att det finns lite festbilder och så, men ju äldre man blir så blir det mindre och mindre accepterat. Det beror på i vilken fas man är i livet och hur gammal man är. Andra bilder som är olämpliga är det vi pratade om innan, bilder på sådant som inte arbetsgivaren delar inställning med ska man vara väldigt försiktig med att lägga ut.

6. Okey, så du hade tagit mer allvarligt på om en äldre person lägger ut grova, alkoholrelaterade bilder än om en 20-25åring hade gjort det?

Ja, ju äldre man blir, kanske upp till 40-50 år så kanske man reagera om man märker att personen lever ett likvärdigt liv som en som är 20-25 år. Givetvis så om man skulle se mycket bilder på festande, flaskor och rökning så skulle man fråga om detta och fråga om det är något personen har problem med. Det finns ju mycket idag med fest, rökning och droger så visst skulle man ställa frågan.

7. Men ni skulle ändå välja att ta in personen för en intervju?

Ja absolut, jag skulle inte välja bort personen bara för det är mycket partybilder.

8. Kan en arbetssökande bli direkt utesluten från rekryteringsprocessen på grund av bilder, kommentarer eller åsikter i sociala medier?

Skulle man uttrycka något direkt olämpligt så skulle man ta sig en funderare om man skulle ta varandras tid för att träffas när det finns andra i processen som inte har uttryckt det här budskapet. Samtidigt, har man en

intressant bakgrund, utbildning och profil för tjänsten så skulle man bli nyfiken på varför man ser dessa bilder i förhållande till vad man läser i texten. Jag tycker inte bara att man kan utesluta att träffa kandidater bara för att, jag är nyfiken om jag ser en intressant bakgrund, erfarenhet för tjänsten så skulle jag vilja träffa personen.

9. Okey men om vi säger att en person har lagt upp väldigt kraftiga, till exempel rasistiska bilder men är en av få som passar in på er profil för övrigt, skulle ni kalla denna person till intervju?

Man skulle få sig en tankeställare absolut, men är det rasistiskt bilder så skulle man dra öronen till sig. Det är ju inget något företag vill bli associerade med.

10. Sen har vi ett scenario som vi har hämtat från en tidningsartikel, detta har alltså hänt på riktigt. En anställd skriver vid anställning på ett avtal med förpliktelser, regler och att vara lojal mot företaget. En dag bli den anställdes mamma svårt sjuk på en resa och läggs in på sjukhus. Den anställde söker stöd hos sin chef/arbetsledare som vid tillfället är mycket stressad och svarar med kommentaren ”strunta i det, gå tillbaka och jobba”. Den anställde känner sig kränkt och sårad och skriver på Facebook ”vilket sjukt dårhus man jobbar på” vilket leder till att personen får sparken. Hur skulle ni hanterat en sådan situation? Personen bröt mot avtalet men skrev samtidigt sin kommentar mer i sorg till sin mamma än illojalitet mot företaget.

Här måste man titta på situationens allvar, han är jättebekymrad och olycklig just för stunden och känner att han inte har fått respons från sitt företag i detta här sammanhanget. Är det så här som det står i texten att han fick sparken på grund av detta så tycker jag att hans närmsta chef inte har gjort rätt. Så jag tycker inte att detta är rätt. Jag skulle ha tagit ett samtal med personen och förklarat att jag förstår honom denna gång, samtidigt som vi inte riktigt har tagit hand om dig men låt det inte hända igen så ska vi bli bättre på att lyssna på anställda när sådant här händer.

11. Skulle det vara någon skillnad om det handlade om en fast anställd eller en inhyrd person från ett bemanningsföretag? Skulle ni ha hanterat situationen på olika sätt?

Jag tycker att oavsett om man är inhyrd eller har en fast anställning så handlar det om hur man behandlar människor i olika situationer. Jag tycker inte det spelar någon roll om man är inhyrd eller fast anställd.

12. Finns det några andra särskilda förhållanden där ni skulle se mellan fingrarna om en anställd uttrycker sig, enligt er olämpligt i sociala medier?

Det är ju så att man inte accepterar allt, man går igenom olika faser i livet och man får titta på hur gammal personen som skrivit uttalandet är.

13. Ett litet scenario till, en anställd skriver något olämpligt som är negativt riktat mot företaget på Facebook men nekar sedan till anklagelserna och hävdar att någon annan har yttrat sig på hans profil. Hur skulle ni hantera en sådan situation?

Det är svårt för möjligheten att komma in på andras konto finns ju, men då får man verkligen fördjupa sig och grotta ner sig för att ta reda på vad som ligger bakom denna kommentar, är det rimligt skäligt att det är den här personen som har gjort det, det blir verkligen att fördjupa sig ner i det.

14. Går man in och tittar på personen? Låt säga att man har en person som är lite blåögd och man kan tänka sig att någon har gått in på hans konto och skrivit detta bara för att skoja och en person som brukar komma försent och har visat tendenser på ett sådant här beteende innan. Skulle ni se olika på de här personerna då tror du?

Tyvärr är det väl så att om man har skapat sig en profil om är till det negativa så blir det kanske lättare att ta förhastade beslut, samtidigt finns det ju människor som är otroligt duktiga på att manipulera så man får nog inte vara alltför naiv och tro att någon annan kan ha gjort det.

15. Vad skulle hända om, efter samtal med personen, det skulle komma en ny kommentar och han fortsätter att hävda att det inte är han som ligger bakom?

Redan vid första skedet så för vi en diskussion att nu har vi detta samtal denna gång, det är viktigt att detta inte upprepas och hur kommer du göra för att detta inte ska upprepas? Det är på ditt ansvar och det är du som måste lösa detta. Då kanske personen svarar att han har bytt lösenord och så får vi diskutera om det är tillräckligt. För om vi hamnar i den här situationen igen så hjälper det inte att neka igen.

16. En sista fråga här, vilka svårigheter anser du det finns med att tolka information som man hämtar från sociala medier?

Just i en rekryteringsprocess så är alla delar viktiga, det är inte bara så att om man har ett bra cv så får man jobbet. När vi pratar sociala medier så är det svårt att veta vilken grund det finns till informationen. I första skedet av processen tittar vi inte i sociala medier för att inte bli färgade men sen om man har gått långt i processen kan vi mycket väl slå på personen och se vad vi hittar, främst då på LinkedIn.

17. Det var intressant att ni inte kollar sociala medier förrän långt in i rekryteringsprocessen!

Ja för då går man in med öppna kort, det händer många gånger att man sitter i samtal under djupintervjun och ”det här får jag inte att stämna, du sa du jobba där tidigare och så vidare”. Då är det bra om man har varit på LinkedIn och tittat. Så det är här och inte tidigare jag går in och tittar.

18. Facebook är ju mer privat än LinkedIn, om ni skulle göra en nätkoll på alla kandidater på Facebook, skulle det också ske vid ett senare stadie i processen?

Det skulle ske senare i processen precis som med LinkedIn, det tycker jag är mest lämpligt.

Källor

- Aftonbladet (2011). *Inlägg på Facebook kostade jobbet*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article12451337.ab> [Åtkommen 2012-03-27]
- Aftonbladet (2010). *Joakim fick jobb genom Facebook*. [Elektronisk] Tillgänglig på: <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article12274778.ab> [Åtkommen 2012-03-27]
- Alexa (2010). *Facebook.com*. [Elektronisk] Tillgänglig på: <http://www.alex.com/siteinfo/facebook.com> [Åtkommen 2012-03-27]
- Bohnert, Daniel & Ross, William (2010) *The influence of social networking web sites on the evaluation of job candidate*. *Cyberpsychology, behavior and social networking*. [Elektronisk] Vol 13:3. Mary Ann Liebert Inc. Tillgänglig: Google Scholar. [Åtkommen 2012-04-11]
- Couto, Richard A(2010). *Political and civic leadership: a reference handbook*. Decision Making. [Elektronisk] Sage Publications. Tillgänglig: Summon [Åtkommen 2012-04-11].
- Elearn (2009). *Recruitment and Selection Revised Edition*. [Elektronisk] Riverport: Elsevier Ltd. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-27]
- Einestedt, V., & Stridh, M. (2010). *Sociala medier – Framtidens rekryteringsstrategi?*[Elektronisk]. Kandidatuppsats. HRM/HRD. Linköpings Universitet, Linköping. Tillgänglig: Google Scholar. [Åtkommen 2012-04-01]
- Facebook (2012). Fact Sheet. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22> [Åtkommen 2012-03-27]
- Ferris, Gerald R., Barnum, Darold T. (1995). *Handbook of Human Resource Management*. (Elektronisk) Boston: Blackwell Pub. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-27]
- Froschheiser, Lee (2009). *Recruitment Fundamentals*. [Elektronisk]Adhesives & Sealants Industry, Vol. 16: 2. Tillgänglig: Summon[Åtkommen 2012-03-20]
- Google (2012). *Snabbfakta*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://www.google.se/intl/sv/about/corporate/company/> [Åtkommen 2012-03-27]
- Hoas A.(2011). *Användning av sociala medier för bakgrundskontroll vid rekrytering* [Elektronisk]. Kandidatuppsats. Media. Linneuniversitet, Kalmar Växjö. Tillgänglig: Google Scholar. [Åtkommen 2012-04-01]
- Hägglund, J., & Svensson, E. (2008). *Strategiska beslut – underlag och beslutsprocess*. [Elektronisk] Kandidatuppsats. Företagsekonomi. Luleå Tekniska Universitet, Luleå. Tillgänglig: Google Scholar. [Åtkommen 2012-03-21]
- Jacobsen, D.I. (2002): *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Studentlitteratur, Lund, ISBN 978-91-44-04096-7.
- Kyriakidou, O (2009). *Recruitment*. Encyclopedia of Business In Today's World [Elektronisk]. Thousand Oaks: SAGE. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-27]
- LinkedIn (2012). *About Us*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://press.linkedin.com/about> [Åtkommen 2012-03-27]

- Lukes, CA (2010) *Social media*. AAOHN Journal [Elektronisk], Volume 58:10, Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-18]
- Manpower Group (2008). *Chefer snokar på Facebook och du kan få sparken*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://jobbkallan.se/nyheter/senaste-nytt/34-artiklar-kategori/2671-chefer-snokar-pa-facebook-och-du-kan-fa-sparken> [Åtkommen 2012-03-22]
- Molander, P., & Psaros, A. (2010). *Information ifrån sociala medier inom Information Management*. [Elektronisk] Kandidatuppsats. Informatik. Lunds Universitet, Lund. Tillgänglig: LUP. [Åtkommen 2012-03-21]
- MySpace (2012). *Om oss*. [Elektronisk] Tillgänglig: http://www.myspace.com/Help/AboutUs?pm_cmp=ed_footer [Åtkommen 2012-03-27]
- Nelson, Sharon D., Simek, John W (2011). *Mitigating the legal risks of using social media*. Information Management Journal [Elektronisk], Volume 45: 5, Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-29]
- Nye, C.D (2009). *Selection*. Encyclopedia of Business In Today's World. [Elektronisk] Thousand Oaks: SAGE. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-27]
- Pinsent Curtis Biddle (2001). *The recruitment and selection process*. London: Pinsent Curtis Biddle
- Stockholms Handelskammare (2008) *Allt fler företag kollar kandidater på nätet*. [Elektronisk] Tillgänglig: http://www.svd.se/naringsliv/karriar/allt-fler-foretag-kollar-opp-jobsokande-pa-natet_6845597.svd [Åtkommen 2012-03-18]
- Stredwick, John (2005). *Introduction to Human Resource Management*. [Elektronisk] Oxford: Butterworth-Heinemann. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-26]
- Sullivan, L.E. Burke Johnson, R. Calkins Mercado, C & Terry, K.J. (2009). *Human Resource Management* [Elektronisk] Thousand Oaks: SAGE. Tillgänglig: Summon [Åtkommen 2010-00-00]
- SVT (2010). *Karin fick jobbet genom Facebook*. [Elektronisk] Tillgänglig: http://svt.se/2.22620/1.1962154/karin_fick_jobbet_genom_facebook [Åtkommen 2012-03-27]
- Tyson, Shaun (2006). *Essentials of Human Resource Management*. [Elektronisk] Oxford: Butterworth-Heinemann. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-22]
- Twitter (2012). *Twitter stats*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://twittercounter.com/> [Åtkommen 2012-03-27]
- Symonds, Percival M (2011). *Making a decision*. [Elektronisk] New York: McGraw-Hill Book Company. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-03-19]
- Vanderwagen, Lynn (2007) *Human Resource Management for Events: Managing the Event Workforce*. [Elektronisk] Butterworth-Heinemann. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-04-11]
- Weinberg, George H. Schumaker, John A (1962) *Decision making and risk*. [Elektronisk] Belmont, CA, US: Wadsworth Publishing Company. Tillgänglig: Summon. [Åtkommen 2012-04-11]