

Mälardalens högskola
Akademin för Hållbar Samhälls- och Teknikutveckling

Facebooka på arbetstid?

Upplevelsen av Facebook i privatlivet och arbetslivet

Sofie Jansson och Johanna Manninen

C-uppsats i arbetslivspsykologi, HT 2010
Handledare: Anna-Christina Blomkvist
Examinator: Per Lindström

Facebooka på arbetstid?

Upplevelsen av Facebook i privatlivet och arbetslivet

Sofie Jansson och Johanna Manninen

Facebook har blivit ett av de mest populära redskapen för socialt nätverkande och kommunikation. År 2010 hade Facebook över 500 miljoner anhängare. Syftet med studien var att undersöka användandet av Facebook i privatlivet men även i relation till arbetslivet. En kvalitativ studie genomfördes via tillgänglighetsurval, det var naturligt i denna studie att finna respondenterna via Facebook. Intervjuerna var halvstrukturerade. Intervjuguiden var uppdelad utifrån olika ämnesområden: användandet av Facebook, Integritet, Sociala faktorer och Arbetsplatsen. Medverkande var 13 personer, varav fyra män som använde Facebook i arbetslivet. Resultatet visade att Facebook var ett populärt kommunikativt verktyg för att hålla kontakten med vänner, familj och kollegor och ett sätt att ta pauser i arbetet. Resultatet påvisade även oro kring hur respondenterna upplevde att de uppfattades av kollegor och chefer. Studien bidrar till ökad kunskap om hur Facebook påverkar anställda. Studien var ett bekvämlighetsurval.

Keywords: Facebook, communication, workplace, integrity, social network

Inledning

Under de senaste åren har tekniska innovationer inom telekommunikation skapat ett brett utbud av nya medier. För organisationer är det ett tillfälle att minska kommunikationsproblemen i samband med geografiskt spridd organisation samt att öka produktiviteten i organisationen. E-post och telekonferenser underlättar och ger möjligheter till förbättrad kommunikation och informationsflöde samt underlättar samordning av personal som inte befinner sig på samma arbetsplats (Andersson, Ones, Sinangal & Viswesvaran, 2001). Internet har blivit en del av vårt vardagliga liv såväl inom privatlivet och arbetslivet och är en av de tekniska innovationer som har kommit att förändra världen (Bargh & McKenna, 2004).

Internet har blivit ett verktyg för att söka efter information, sälja eller köpa produkter, titta på television, skriva elektroniska brev söka efter en partner eller att söka efter nöjen (Corre, Willard, Zúñiga, & Homero, 2010). Via Internet kommunicerar människor. Som kommunikation räknas alla de sätt där människor kommer i kontakt med varandra och överför budskap till varandra. Det innebär då att även masskommunikation via massmedia och tekniska kommunikationsmedel räknas som kommunikation (Karlsson, 2007). I Sverige är 83 % av befolkningen användare av Internet och det är kvinnorna som dominerar den sociala kommunikationen på Internet (Findahl, 2009). Att skicka e-mail till vänner och bekanta var ett vanligt förekommande kommunikativt beteende som även utövades på arbetsplatsen under arbetstid. I det moderna samhället som existerar idag anser många att e-mail har blivit ett substitut för handskrivna brev (Hektor, 2001). I studien av McKenna,

Green och Gleason (2002) framgick det att människor såg Internet som ett medel för att upprätthålla banden med sina familjer och vänner, även för att bilda nära och meningsfulla relationer i en relativt icke hotfull miljö. Internet sågs alltså inte som en möjlighet att dölja sig från verkliga livet och från att bilda verkliga förhållanden utan även att Internet kunde vara till hjälp för dem som hade svårt för att skapa relationer ansikte mot ansikte, på grund av blyghet, social fobi eller brist på social förmåga. Virtuella relationer införlivades och blev därmed en del av individers identitet och det sanna jaget och skapade en verklighet av deras virtuella liv (McKenna et al. (2002). Den senaste tiden har det uppstått nya kommunikationsredskap på Internet och idag talas det mycket om sociala nätverk. Sociala nätverk kunde enligt Kwon och Wen (2010) definieras som en enskild webbsida på internet som gjorde det möjligt för människor att interagera med varandra online. Där kan personer samla användbar information och dela informationen med specifika eller ospecifika personer. Många sociala nätverks webbplatser tillåter sina användare att gå med i eller skapa grupper så att de kan kommunicera med andra som har liknande intressen. Antalet människor som känner att de får många fördelar genom att använda sociala nätverk ökar drastiskt enligt Kwon och Wen (2010). Undersökningar från McKenna et al. (2002) påvisade att kommunikationen via sociala nätverkssajter till och med kunde resultera i en starkare relation med andra än om de hade träffats ansikte mot ansikte. En orsak kunde enligt Tidwell och Walther (2002) vara att den djupare relationen bildades genom att personer vågade avslöja mer om sig själva än om de hade träffats ansikte mot ansikte. De styrdes inte av de begränsningar som kunde uppkomma i samtal ansikte mot ansikte.

Vad är Facebook?

Facebook har snabbt blivit ett av de mest populära redskapen för socialt nätverkande och kommunikation enligt Nosko, Wood och Molema (2010). Vidare menar de att Facebook är ett socialt kommunikationsredskap, ett så kallat socialt nätverk på Internet som tillåter personer att kommunicera med varandra. Facebook grundades 2004 av Mark Zuckerberg som då var studerande på Harvards universitet. Facebook var från början designat för att studenter på Harvards Universitet skulle kunna nätverka med varandra. Enligt Facebook egna statistik (Facebook.com, 2010) har Facebook i mitten på 2010-talet mer än 500 miljoner aktiva användare runt om i världen och dessa användare spenderade över 700 miljarder minuter i månaden på att facebooka. Nosko, Wood och Molema (2010) beskriver att en användare på Facebook har en profilsida där information om personen i fråga finns. Användare kan på sin profilsida lägga upp fotografier, beskriva sina intressen, beskriva var han eller hon arbetar, var personen studerar och vilka relationer denne har. Användaren kan söka efter vänner genom att skriva deras namn i ett sökfält och på detta sätt skapa sig ett socialt nätverk. Användarna av Facebook har genom sina profiler även tillgång till en varsin mailbox där användarna kan kontakta varandra och skicka privata meddelanden. Det går även att skicka kortare filminspelningar, bilder eller olika internetlänkar till varandra och att skapa olika evenemang samt olika grupper. I det stora hela kunde systemet tillhandahålla många olika kommunikationssätt för användarna

Socialt nätverkande via Facebook

Park, Kerk, Kee och Valenzuela (2009) framhöll att deltagarna valde att gå med i olika grupper på Facebook på grund av karriärsskäl och för att de ville framhäva sig själva som häftiga människor. Med karriärsskäl menas att deltagarna använde Facebook för att nätverka

och därmed knyta kontakter inför arbetslivet. De upptäckte att det fanns en önskan att verka häftig inför andra genom att delta i olika grupper. Respondenter som upplevde högre grad av tillfredsställelse med sina liv deltog mer frekvent i sociala sammanhang i det verkliga livet även fast de var aktiva på internet. De som upplevde sig ha en lägre grad av livstillfredsställelse var mindre aktiva i sociala sammanhang i det verkliga livet. Anledningen till att studenter gick med i olika grupper på Facebook var enligt Park et al. (2009) att de upplevt sig ha ett behov av att få information om evenemang och händelser både på universitetsområdet och utanför. De gick även med i olika grupper på Facebook för att socialisera dvs. kommunicera med sina vänner och för strävan efter att bli bekräftad av andra. Studenterna använde aktivt grupper på Facebook för att organisera och delta i möten som ägde rum runt studentområdet. Facebook blev ett redskap för användarna att skapa evenemang för sina vänner i det verkliga livet, för att engagera sig och för att gynna sin karriär (Park et al. 2009). Huang, Lin och Lin (2009) menade att socialt kapital via sociala mötesplatser på Internet definieras som starka personliga relationer som utvecklas över tid och som grundar sig i pålitlighet, samarbete och en kollektiv samvaro. Chiu, Hsu och Wang (2006) menade att det sociala nätverket en individ har bestående av relationer starkt påverkas i vilken utsträckning kunskapsutbytet människorna emellan sker. Den sociala interaktionen hänvisar till styrkan i relationerna och hur mycket tid som lades ner på dessa relationer. Den sociala interaktionen behandlade också kommunikationen mellan människorna.

Integritet på Facebook

Personlig integritet innefattar enligt statens offentliga utredningar (2002) att ingen individ ska behöva uppleva intrång på det personliga planet rörande familjen, hemmet eller personliga åsikter. Debatin, Lovejoy, Horn och Hughes (2009) menade att det hade förekommit att människor hackat sig in på andras konton och ändrar profilbilder och statusuppdateringar. Detta hände en person vars konto blev hackat, trots det återkom han ändå till Facebook. Anledningen till det var att Facebook var ett så pass stort socialt nätverk för honom att han ingen annanstans kunde hålla kontakt med så många människor. När människor betedde sig illa och hackade sig in på varandra konton kunde personer uppleva saknad av kontroll över sig själva. Personers identiteter på Facebook stämde bra med den identitet de hade i verkliga livet. Därför kunde känslor som aggressivitet och rädsla upplevas av de människor som blev drabbade. Vidare menade samma författare att majoriteten av användarna på Facebook en förståelse för att det fanns sekretessinställningar för att skydda deras identiteter på Facebook och hur dessa kunde användas. Trots att det fanns en förståelse för dessa sekretessinställningar framkom det att många hade en oklar bild av vad dessa sekretessinställningar egentligen innebar. Det framkom även att användarna av Facebook upplevde att fördelarna med Facebook som socialt nätverk övervägde de risker som fanns med att lämna ut privat information om dem själva. Att skydda sig själv hade inte första prioritet. Användarna var mer måna om att andra lämnade ut privat information om dem själva än att de själva gjorde det i samma utsträckning. En undersökning gjord av Fogel och Nehmand (2009) visade att mer än tre fjärdedelar av de medverkande eleverna hade skapat en profil i ett socialt nätverk. Personer med profiler på sociala nätverk hade signifikant större risktagande attityder än de utan sociala nätverksprofiler. Med det menades att deltagarna såg Facebook som ett pålitligt socialt nätverk. Undersökningen visade en skillnad på kvinnor och män där kvinnorna var mer måna om att skydda sin integritet. Männerna hade en signifikant större benägenhet än kvinnor att publicera sina telefonnummer på sina profiler medan kvinnorna var mer medvetna om konsekvenserna av att dela med sig mycket av privat information.

Kommunikation på arbetsplatsen via Facebook

Genom att anställda på ett företag via ett socialt nätverk fick inblickar i varandras privatliv, skapades starkare band dem emellan (Skeels & Grudin, 2009). En kvinnlig chef synliggjorde sin utbildning och att hon hade två barn, vilket bidrog till att hon upplevde att hon skapade starkare band med sina anställda. Hon uppgav också att via inblicken hon fick i sina anställdas privatliv skapades ett ”ge och ta” utbyte dem emellan. Hon upplevde att hon ville göra mer för dem och att de vill göra mer för henne i arbetslivet. Enligt DiMicco, Millen, Geyer, Dugan, Brownholtz och Muller (2008) har Facebook inspirerat till ett liknande socialt nätverk, som heter Beehive. Skillnaden mellan Facebook och Beehive är att Beehive riktade sig till kommunikationen mellan anställda medan Facebook riktar sig till alla. Beehive lanserades som ett socialt nätverk hos IBM i maj 2007 och berörde 30 000 anställda. Ett socialt nätverk som Beehive där varje enskild anställd kontinuerligt kunde uppdatera sin profil vara en stor fördel för personalavdelningar och underlättar exempelvis rekryteringsarbetet. Utifrån ett organisatoriskt perspektiv är ett socialt nätverk för anställda som Beehive till fördel för organisationen. Samma författare menade att det bidrog till nytta för företaget att kunna ha en utförlig presentation av över 30000 anställda som kunde kommunicera med varandra på ett snabbt och effektivt sätt. Genom detta sociala verktyg gavs det inom ett företag möjligheter att utnyttja den mängd information som fanns tillgänglig för att förstå sin personal bättre. Grundarna till Beehive menade att om företag inte använde sig av detta sociala nätverk som kommunikationsverktyg skulle de anställda komma att söka sig exempelvis till Facebook för att kommunicera och därmed öka risken för exempelvis virus som enligt dem florerade på Internet. Facebook användes mest för att hålla kontakten med människor man redan kände, Beehive fungerade på liknande sätt men uppmuntrade till att kollegor som inte jobbade nära varandra skulle kunna kommunicera och lära känna varandra på ett mer privat plan. Sociala nätverk används för att skapa starkare affärsmässiga band till varandra inom ett företag men även för att knyta nya kontakter som kunde gynna företaget. En stor fördel med användandet av sajter som Beehive och Facebook var att man som användare kunde nå ut till en mängd människor med minsta möjliga ansträngning.

Syfte

Syftet med studien var att undersöka användandet av Facebook i privatlivet men även i relation till arbetslivet.

Metod

En kvalitativ studie har genomförts för att få en förståelse kring Facebook och hur Facebook upplevs i arbetslivet. Enligt Kvale (1997) lägger den kvalitativa forskningsmetoden större betydelse på orden än på kvantifiering av det insamlade datamaterialet. Den kvalitativa forskningsintervjun är ett samtal om mänsklig livsvärld som därefter skall förvandlas till text som sedan skall tolkas. Den kan uppfattas som en dialog eller ett samtal med texten.

Deltagare

Författarna bjöd in 330 personer via sina vänlistor på Facebook varav 163 personer tackade nej, 24 personer skrev att de kanske skulle medverka och 29 personer tackade ja till medverkan. Av dessa 29 personer som tackat ja valdes respondenter som ägnade sig åt Facebook på arbetstid. Totalt antal medverkande var 13 personer varav nio kvinnor och fyra män. Av kvinnorna var det fyra under 25 år, tre kvinnor mellan 25-30 år och två kvinnor mellan 35-55 år. Av männen som deltog var två under 25 år och två mellan 25-30 år. Författarna har inte eftersträvat att få respondenter av samma bransch. Sex av 13 studerade samtidigt som de arbetade, de resterande 7 respondenterna hade heltidsarbete. Respondenterna anges i det följande med hjälp av beteckningarna R1 till R13.

R1 kvinna studerar heltid och arbetar extra
R2, R3, R8, R10, R12, R13 kvinna arbetar heltid
R4, R5 kvinna studerar och arbetar extra
R6, R9, R11 man studerar och arbetar extra
R7 man arbetar heltid

Fem av respondenterna blev medlemmar i Facebook för att deras vänner var det. De resterande blev medlemmar för att de kände sig nyfikna på vad Facebook var för något och en person sade att det var för att hon kunde hitta gamla vänner. Respondenterna använde Facebook för de ansåg att det var ett bra sätt att kommunicera på och ett lättillgängligt verktyg för att nå ut till flera på samma gång. De fick inblickar i sina vänners liv på ett enkelt sätt. Samtliga respondenter hade sina nära vänner, kollegor i viss mån, familj och gamla bekanta som sina vänner på Facebook. Endast två av respondenterna hade vänner på sin lista som de inte träffat i verkligheten.

Material

En intervjuguide sammanställdes baserat på den litteratur som har studerats och egna frågor som författarna ville ha svar på. Intervjuerna var av halvstrukturerad utformning för att inte påverka och styra respondenterna i deras svar. Intervjuguiden var uppdelad utifrån olika ämnesområden för att författarna lättare skulle få en struktur i intervjun och resultatet. Ämnesområdena i intervjuguiden var *Användandet av Facebook*, både positiva och negativa aspekter: Hur länge har du varit medlem i Facebook? Vad lockar dig att använda Facebook? Vilka känslor upplever du när du använder Facebook? *Integritet*; Hur mycket information publicerar du om dig själv? Hur pass trygg känner du dig med att vara medlem på Facebook? Upplever du att du blir utelämnad på Facebook, på vilket sätt? Känner du att du har makt över den information som finns om dig? *Sociala faktorer*; Vilka fördelar och nackdelar upplever du med Facebook? Hur upplever du dig själv som person? Har du lätt för att ta kontakt med andra människor? Känner du tillfredsställelse när du är inne på Facebook? På vilket sätt? *Arbetsplatsen*; Använder du Facebook på arbetsplatsen? På vilket sätt? Vilka fördelar och nackdelar upplever du genom att använda Facebook på arbetsplatsen? Upplever du att bilder på dig kan påverka människors syn på dig på din arbetsplats? Får du dåligt samvete när du är inne på Facebook under arbetstid? Varför? Varför inte?

Procedur

En pilotstudie har genomförts för att kontrollera hur respondenterna uppfattade frågorna från intervjuguiden. Två intervjuer av kvalitativ ansats genomfördes med användare av Facebook som var bekanta med författarna. Syftet med pilotstudien var att kontrollera frågorna och dess tydlighet och för att se om dessa behövdes justeras innan intervjuerna påbörjades. Författarna upptäckte att vissa av frågorna liknade andra frågor i intervjuguiden och tillförde inte studien något nytt. Dessa frågor valdes därför att tas bort: Vad lockar dig att använda Facebook och vilka fördelar ser du med Facebook? Vad lockar dig att använda Facebook valdes bort. Resultaten från pilotstudien har inte publicerats som en del av resultatet. Författarna valde att skicka ut en inbjudan till blivande respondenter på Facebook eftersom det var personer som använde Facebook i arbetslivet som var målet för undersökningen. Eftersom inbjudan skickades till författarnas respektive vänlistor kom det att bli ett tillgänglighetsurval. Deltagarna till undersökningen valde författarna ut av de personer som författarna visste hade ett heltidsarbete eller extraarbete vid sidan av studierna där de använde datorer i daglig basis. Då respondenterna valdes ut via Facebook fanns det en geografisk svårighet att träffa respondenterna personligen då detta skulle innebära långa resor och ta mycket tid. Därför valdes telefonintervjuer. Författarna skrev även att de skulle stå för de telefonkostnader som uppstod vid intervjun. Författarna var medvetna om det kunde minska reliabiliteten då samtalen inte har spelats in och att viss information kan ha missats på grund av att endast anteckningar har genomförts. Författarna bad om respondenternas telefonnummer via Facebook och bestämde en tid och ett datum som passade respondenterna. När författarna ringde respondenterna förklarades studiens syfte och de forskningsetiska kraven som innefattar konfidentialitetskravet, informationskravet, samtyckeskravet och nyttjandekravet (Humanistisk- samhällsvetenskapliga forskningsrådet, 2002). När författarna upplevde sig ha fått tillräckligt med information, en mättnad, avslutades intervjuerna. Respondenterna ombads att kontakta författarna om frågor uppkom efter intervjuns avslutande. Respondenterna fick om önskan fanns en kopia på deras svar.

Databearbetning

Författarna valde att utforma teman utifrån den litteratur som lästs in inför uppsatsen: *Facebook*, *Integritet*, *Sociala faktorer* och *Arbetslivet*, dessa teman användes till intervjuguiden. Författarnas första steg i analysen av materialet var att skriva rent intervjuerna och samla ihop materialet så att det skulle bli lättläst och överskådligt. Andra steget i analysen var att finna likheter och olikheter i respondenternas svar. Detta gjordes för att underlätta analysen och se vad som sagts flera gånger. Det tredje steget var att minimera textmassan och minska upprepningar och överflödiga ord och meningar, dvs. meningskoncentrera materialet (Kvale, 1997). Det fjärde steget var att sammanställa vad som sagts av respondenterna under de givna teman; *Användandet av Facebook*, *Integritet*, *Sociala faktorer* och *Arbetsplatsen*. Utifrån dessa fyra teman skapades rubriker. Dessa rubriker skapades efter vad respondenterna sagt i intervjuerna. En ytterligare bearbetning gjordes då författarna formade underkategorier utifrån rubrikerna. Dessa underkategorier behandlade vad som har varit essensen i deras svar. För att fullfölja syftet har särskild uppmärksamhet riktats mot förhållandet *Användandet av Facebook*, *Integritet* och *Sociala faktorer* gentemot *Arbetsplatsen*.

I temat *Användandet av Facebook* framträdde allmän information och vilka känslor som framkom vid användandet. Respondenterna uttryckte känslor i så stor utsträckning att författarna valde att lyfta fram dessa känslor som två underkategorier; negativa och positiva känslor. *Negativa känslor*. Några exempel på känslor som författarna tolkade som negativa var; ilska, irritation, stress, ledsamhet, likgiltighet, skuld-känslor och ångest. *Positiva känslor*.

Författarna har även tolkat vissa ord som positiva känslor; glädje, lugn, nyfikenhet och att Facebook var roligt.

I temat *Integritet* framträdde det att samtliga respondenter var angelägna om att skydda deras integritet och om oron för kollegors eller chefers syn på respondenten. I rubriken *"Hantering av integriteten"* presenteras två underkategorier: *Skydda privatlivet och avtagga bilder*. Rubriken *"Makt, kontroll och trygghet"* presenteras i två underkategorier: *Makt/kontroll*; vilken makt och kontroll respondenterna upplevde sig ha över informationen om dem själva och *Trygghet*; hur trygga respondenterna kände sig på Facebook.

I temat *Sociala faktorer* har författarna två rubriker; *Fördelar med Facebook* med underkategorierna: *Tillfredsställelse* och *Kommunikation* och *Nackdelar med Facebook* med underkategorin: *Beroendeframkallande*. *Fördelar med Facebook*: Underkategori *Tillfredsställelse*: författarna har tolkat svaret tillfredsställelse som ett sätt att bli bekräftad och uppmärksammas av sina vänner. *Kommunikation*: respondenterna upplevde att användandet av Facebook var ett enkelt sätt att kommunicera på och nå ut till sina kontakter. Det sparade tid och ökade effektiviteten till lägre kostnad. *Nackdelar med Facebook*: *Beroendeframkallande* Respondenternas svar skilde sig åt men likheten var att Facebook har blivit en daglig rutin i deras liv. De upplevde att det var svårt att vara utan Facebook och att det hade skapats ett behov av att logga in.

I temat *Arbetslivet* framträdde flera underkategorier till varje rubrik utom i rubriken *"Vad andra tror om mig"*. I rubriken *"Fördelar med Facebook i arbetslivet"* presenteras två underkategorier: *Kommunikation* och *Pauser*. I rubriken *"Nackdelar med Facebook i arbetslivet"* presenteras tre underkategorier: *Ofokusering på arbetet, förlorad arbetstid* och *Dåligt samvete*. I rubriken *"Vad andra tror om mig"* presenteras två underkategorier: *Oro över hur Facebook framställde respondenterna gentemot kollegor och chefer* och *Inget att oro sig för*. I rubriken *"Vänskap med kollegor och chefer på Facebook"* presenteras två underkategorier: *Privatliv* och *Vänskap och med kollegor hellre än med chefer på Facebook*.

Uttryck som respondenterna använt sig av som är kopplade till Facebook har vi valt att behålla och förklara. Dessa ord är översatta av författarna själva: *Adda* = lägga till en vän; *Facebooka* = surfa på Facebook; *Tagga* = lägga till ett namn på en bild; *Avtagga* = ta bort sitt namn på en bild.

Resultat

Användandet av Facebook

Negativa känslor. Fyra av respondenterna (R1, R3, R6, R9) upplevde skuld-känslor och tyckte sig finna andra viktigare saker att göra än att logga in på Facebook. Av samma anledning upplevde R6 ångestkänslor och R1 kände sig nedstämd av att facebooka. R2 kände meningslöshet av att logga in på Facebook för att ingenting nytt hände på Facebook och det gav henne ingenting att vara inloggad. R3 upplevde ångest och tristess genom att vara inloggad på Facebook. Hon upplevde att Facebook ställde krav på henne och att hon upplevde att hon var tvungen att svara på meddelanden vilket gjorde att hon kände sig stressad. R4, R7 och R9 upplevde irritation och ilska mot andra personer på Facebook. Den irritationen handlade om att personer skrev dumma kommentarer till varandra som kunde skapa konflikter. R7 blev irriterad över att vissa personer statusuppdaterade mycket och enligt honom skrev om onödiga saker.

”Ibland blir jag ledsen om jag sitter och snokar på någon, eller blir arg. Om jag är på Facebook länge blir jag ganska nedstämd på grund av all information, jag känner mig värdelös ibland när jag sitter på Facebook för jag borde egentligen plugga eller göra något annat vettigt. Jag blir irriterad på folks statusuppdateringar och om folk lägger upp fula bilder på mig och om folk skriver dumma och taskiga saker om någon, eller dumma åsikter (R1).”

Positiva känslor. R6 upplevde en nyfikenhet av att gå in på Facebook och se vad hans vänner hade skrivit eller om de hade lagt upp några nya bilder. R8 och R9 upplevde att det var roligt att se vad andra gjorde och även att de kunde se deras bilder. R2 upplevde att det var roligt att facebooka och därmed fick hon en närhet till sina vänner. Speciellt roligt tyckte hon det var när hon fått kontakt med någon hon saknat. R3 och R4 kände båda glädje när det var något roligt som hade hänt. R3 upplevde glädje när någon skrivit till henne. R5 kände sig lugn på Facebook, när hon kände sig ensam upplevde hon att Facebook var en trygghet då hon kände att det fanns människor runt henne.

Integritet

Hantering av integriteten: Skydda privatlivet. De respondenter som föredrog att skicka privata meddelanden sade att det berodde på om meddelandet enligt respondenten ansågs privat. Samtliga respondenter var eniga om att det som skrevs på väggen inte hade någon egentlig betydelse för någon. På väggen skrev de om skämtsamma saker och sådant ingen kunde ta illa upp av. Samtliga respondenter var eniga om att det var viktigt att skydda sin integritet och därmed inte lämna ut för mycket information om sig själva. De kunde uppleva en oro över att lämna ut för mycket information om sig själva. Samtliga respondenter sade att deras facebookprofiler enbart var öppna för de människor som de godkände som vänner på Facebook.

Hantering av integriteten: Avtagga sig själv från bilder. Samtliga respondenter utom R10 avtaggade bilder på sig själva när de inte tyckte de var representativa. Två faktorer till att de avtaggade sig var att de inte kände sig tillräckligt snygga eller att bilden var tagen i ett sammanhang de inte ville visas i. R7 sa att han aldrig delade information om sig själv och han avtaggade sig själv på bilder om han ansåg att bilden påverkade hans framtidsutsikter inom arbete och studier. R1 kunde känna sig utelämnad ibland med tanke på att andra kunde publicera bilder och skriva saker om henne.

Makt, kontroll och trygghet: Makt och kontroll. R2 tänkte efter innan vad hon publicerade och kände sig orolig över att publicera information om sig själv eftersom informationen kunde komma i fel händer.

”Jag känner mig lite skraj att berätta för mkt om mig, jag litar inte riktigt på att informationen sprids ju och kan användas i fel forum som jag inte har koll på. Jag har en bild på mig själv, det är den enda. Jag är försiktig med bilder (R2).”

R7 reflekterade mycket över det han skrev, både om sig själv och om det han skrev till andra. Han upplevde inte att han hade makt över informationen om sig själv. Han lade inte upp bilder men andra hade taggat honom och det kände han ofta irritation över för att de inte frågat honom om lov. R3 skrev inte mer om sig själv än det som hon skrev på hennes vänner vägg, hon sade att hon inte hade makt över den information som fanns om henne på sajten.

”Jag styr inte över hemsidan, jag vet att jag godkände att Facebook har rättigheter att använda min information och bilder (R3).”

R4 önskade att hon hade mer kontroll över informationen om henne själv, hon tyckte inte det var kul när andra lade upp bilder på henne för att bilderna kunde hamna i orätta händer. R5 skrev öppet till många och kommenterade på andras statusuppdateringar men skulle aldrig publicera något som hon ansåg var känsligt på en vägg. Hon reflekterade över att hon lämnade ut mycket information och sade att hon håller isär privata saker och sådant som passade sig att skriva. R13 tänkte alltid till en extra gång innan hon publicerade någonting. Hon försökte att inte vara för personlig i forum där andra kunde se. Hon tyckte att hon hade makt över informationen som fanns om henne förutom bilder som andra hade lagt upp på henne. Det kändes spännande och kul om det var bra bilder som andra hade taggat henne i. Bilderna hon publicerade var på henne och hennes vänner och hon sa att bilder lätt kunde misstolkas och ge fel bild inför de på Facebook hon inte kände väl. R3 och R8 sade att de kände sig utelämnade på Facebook och upplevde att de inte hade makt över den information som fanns publicerad om dem. R4 önskade att hon hade mer kontroll över informationen som fanns publicerad om henne. R5 och R6 upplevde att de hade makt över sin information. R9 och R10 var delade i frågan och menade att de både hade makt och inte.

Makt, kontroll och trygghet: Trygghet. Samtliga respondenter utom R7, som kände sig otrygg, kände sig trygga på Facebook trots att de inte upplevde sig ha full kontroll över den information som fanns publicerat om dem. R6 upplevde att i och med att han kunde avtagga sig själv på bilder ta bort bilder på sig själv tyckte han sig känna att han hade kontroll över informationen som finns publicerat om honom och kände sig mycket trygg på Facebook. R1 upplevde att det var jobbigt att andra kunde skriva vad som helst om henne på hennes vägg.

”Det jobbiga är när människor och kompisar inte tänker på att jag inte vill att alla ska se när de skriver något på min vägg (R1).”

R5 kände att hon har makt över den information som finns om henne på Facebook. Hon sade att hon tror att hennes vänner tänker som hon gör och inte lägger upp fel slags bilder eller skriver om privata saker. På frågan om hon kände sig trygg svarar hon:

”Ja, relativt trygg, men det finns saker Facebook kan använda utan min tillåtelse, jag tänker att det händer när det händer och jag tror inte det kommer hända mig (R5).”

R8 hade varit med om att en person tog reda på hennes adress och telefonnummer och ville därför inte lägga ut så mycket information om sig själv. Samtidigt sade hon att hon hade blivit sämre på att inte tänka på hur mycket information som fanns om henne, hon menade att Facebook hade blivit så vanligt. Hon kände att hon inte hade makt över det som skrevs om henne och vilka bilder som lades ut eftersom vem som helst kunde publicera saker utan att fråga om lov. R11 var inte rädd att visa information om honom som hans telefonnummer, men information som enligt honom var mer personlig, som visade vem han var som person fick de som känner honom på riktigt reda på, inte via Facebook.

R5 och R6 var eniga om att de inte publicerade bilder som kunde skada de själva eller andra. R6 tänkte alltid efter innan han publicerade någonting eftersom det var många som kunde ta del av informationen. R8 frågade alltid om lov innan hon publicerade bilder på andra och hon skulle aldrig lägga ut bilder på hennes barn på grund av att det fanns så många pedofiler. R10 var medveten om vad för information hon publicerade. Hon upplevde delvis att hon hade makt över den information som var publicerad om henne, hon menade att om det inte passade henne kunde hon alltid gå ur Facebook. R11 sade att han inte kunde kontrollera bilderna som publicerades på honom eftersom alla hade rätten att lägga upp bilder. Han ansåg dock att folk hade en fingertoppskänsla om vad som var okej att publicera eller inte. Han sade att det var kul att bli taggad i bilder eftersom han då fick någon slags bekräftelse på att han hade riktiga vänner och att han levde. R12 var inte rädd för att lämna ut information om sig själv men ville inte skriva om sitt privatliv på Facebook. Hon tänkte inte så mycket på vad

hon gav ut för information om sig själv, snarare vilken information andra publicerade om andra. Till exempel att andra lade ut bilder på henne som hon tyckte att hon inte såg bra ut på. Hon kände att hon själv valde vilken information som fanns om henne och därmed kände hon att hon hade makt över sin information.

Sociala faktorer

Fördelar med Facebook. R12 upplevde tillfredställelse av Facebook, hon blev glad av att logga in. R11 sade att Facebook hade skapat ett behov i vardagen i form av tillfredställelse och förväntan. Han sade att det var som att skriva brev med någon och så när han fick ett brev i brevlådan fick han någon form av tillfredställelse. Människor träffade han i det vanliga livet och om han kände att han ville bygga vidare på någon relation kunde han ta deras användarnamn istället för telefonnummer. Genom att ta någons Facebook blev det inte lika personligt och han fick information om en person via Facebook utan att behöva fråga om det. R4 tyckte det kändes bra att gå in på Facebook och när vänner hörde av sig. R12 tyckte att fördelarna med Facebook var att kunna se vad alla gjorde och hon behövde inte tänka så mycket själv. Hon menade att Facebook tänkte åt henne och det var lätt att gå in och se runt och behövde inte höra av sig till alla sina vänner. R8 använde Facebook för att det var socialt, men hon tyckte även det var trist att hon och hennes vänner umgicks via Facebook. Även R4 tyckte Facebook var socialt och hon gillade att kunna snoka på sina vänners sidor och att kunna se deras statusuppdateringar.

”Just nu håller jag på att arrangera en möhippa och det är ett jättebra sätt att få kontakt med alla gäster och meddelade vad som händer. Jag slipper ringa runt och det blir som ett bra nätverk (R4).”

Nackdelar med Facebook. Respondenterna R1, R5, R8, R10 och R13 upplevde att för de var Facebook ett sorts beroende de inte kunde vara utan. R9 tyckte inte om att arbetsgivare kunde få tag i information om honom och han tyckte det var för mycket reklam och buggar. R7 och R12 upplevde att de fick ta del av icke relevant information om andras privatliv. R11 sade att det kunde vara svårt att sälla bort information som han inte ville se, exempelvis olika applikationer som andra använde. R8 tyckte att det var en nackdel att inte ha kontroll över det som skrevs eller bilderna och att inte kunna kontrollera att någon annan lade ut bilder. R4 sade att en bit av hennes privatliv togs ifrån henne på Facebook och att bilder på henne hamnade i fel händer. Hon gillade inte att folk hon inte ville ha kontakt med kunde kontakta henne genom att skriva meddelanden. R3 upplevde att istället för att prata med varandra på riktigt, som att ringa eller träffas, så distanserade människor sig via Facebook. R7 tyckte att användandet av Facebook mest kändes som tomgång och kände ingen direkt tillfredsställelse av att vara inloggad. R6 upplevde Facebook som tidskrävande. R1 trodde att hon skulle missa saker om hon inte var medlem i Facebook.

Kommunikation. R5 tyckte att Facebook var socialt och hon tyckte det var bra att hon kunde anordna saker utan att behöva ringa runt till sina vänner. R5 såg inte mycket fördelar med Facebook men Facebook underlättade för henne att kommunicera med sina vänner. Hon tog bort sig ett tag men kände sig därmed avskuren från folk. R11 hade över 400 vänner på sin lista. Han sade att det inte var viktigt att ha många vänner men ju större kontaktnät desto större möjligheter fanns det oavsett om det gällde jobb eller fritid. Han sade att han har många ytliga relationer som han inte skulle ha tid med om inte Facebook fanns, han sade även att han hade djupare relationer men de föredrog han att ringa.

Arbetslivet

Fördelar med Facebook i arbetslivet: Kommunicera och nätverka. Fyra av respondenterna (R1, R2, R3, R10) tyckte att Facebook var bra på jobbet av den anledningen att de snabbt kunde ta kontakt med folk i tjänsten. R9 menade att Facebook var ett bra sätt att nätverka på och R10 upplevde Facebook som ett bra verktyg att få reda på saker från kollegor utan att behöva använda telefonen.

Fördelar med Facebook i arbetslivet: Pauser och raster. Tre av respondenterna (R8, R11, R13) facebookade som en rast för att koppla bort jobbet eller studerandet en stund.

Nackdelar med Facebook i arbetslivet: Ofokuserade i sitt arbete. R12 tyckte att om det inte fanns internmail på jobbet kan det vara bra med Facebook men inte annars. R3 loggade in på Facebook via sin iphone och den lät varje gång någon skrivit eller lagt upp någon bild. Trots att hon blev ofokuserad kände hon sig tvungen att se efter vad som hänt på Facebook. Om hon inte såg efter kunde hon uppleva skuld känslor och känna sig taskig om hon inte svarade när någon skrivit till henne.

”Jag tycker illa om de som är inne mycket på Facebook, jag tycker inte man måste vara inloggad på Facebook när man jobbar (R3).”

Nackdelar med Facebook i arbetslivet: Dåligt samvete av att logga in på arbetstid. Samtliga respondenter bekräftade att de använde sig av Facebook på sin arbetsplats. Det varierade dock hur mycket de använde det. Vissa loggade in lite då och då under dagen och vissa gjorde det bara på lunchrasten. De som studerade satt mycket vid datorn och spenderade tid på Facebook. Tre respondenter (R4, R9, R11) fick inte använda Facebook på sina arbetsplatser men de studerade och satt mycket vid datorn och använde därmed Facebook. Det rådde delade meningar om hur Facebook påverkade respondenterna i deras arbetsprestation men ett återkommande svar var att Facebook gav upphov till dåligt samvete eftersom det tog tid från arbetsuppgifter. R1, R2, R4 och R6 fick dåligt samvete för att de loggade in på Facebook för mycket. R3 kunde bli ofokuserad av Facebook eftersom användandet kunde störa hennes arbetsinsats. R1 kunde känna ångest av att hon var inloggad på Facebook eftersom hon inte alltid hann göra allt hon behövde och arbetet och skolan blev ofta lidande. R4 var inloggad på Facebook hela dagen och hon kunde känna att hon inte gjorde lika mycket som hon borde ha gjort men om hon kände panik och verkligen var tvungen att plugga stängde hon ner sidan tills hon var klar.

Nackdelar med Facebook i arbetslivet: Förlorad arbetstid. Tre respondenter (R11, R12, R13) tyckte inte deras facebookande tog upp arbetstid för dem eftersom de var inloggade så pass lite men samtliga skulle få dåligt samvete om deras facebookande tog upp arbetstid för dem. R6 och R13 tyckte det kändes skönt när de inte varit inloggade. R1, R3 och R4 kände stress av att inte vara inloggade på Facebook och R13 kunde bli oroad över att ha missat något som hänt. R10 kunde känna irritation när hon inte varit inne på Facebook. R2 kunde tycka att det kändes tomt när hon inte var inloggad men sade sig inte alltid ha behov av att prata med någon. Fem av respondenterna (R5, R6, R7, R10, R11) använde Facebook som ett tidsfördriv när de inte hade något att göra på jobbet. Ingen av dem upplevde att de fick dåligt samvete av att Facebooka då det inte störde deras respektive arbetsinsatser.

Vad andra tror om mig: Oro över hur Facebook framställde respondenten gentemot kollegor och chefer. R12 hoppades att ingen såg att hon loggade in för det var enligt henne ingenting som skulle göras på arbetstid. Hon trodde att folk missbrukade Facebook på hennes arbetsplats, hon sade att hon inte förstod hur vissa av hennes arbetskamrater hann med sina arbetsuppgifter. R8 ville hålla en professionell profil gentemot kollegor och kunder i hennes arbete och var därför noggrann med vilka bilder som hon publicerade och som hon var taggad

i. Hon menade att hon hade en privat roll och en professionell roll och den privata rollen ville hon hålla privat. R9 tänkte mycket på arbetsgivare, han ville inte att alla skulle veta vad han gjorde eller vilka han skrev med på Facebook. R7 var lite tveksam till att publicera bilder med tanke på att hans chef skulle kunna bilda sig sin egen uppfattning om honom som person som kanske inte skulle stämma i verkligheten. R1, R8 och R12 var rädda att om deras kollegor eller chefer skulle se att de varit inne på Facebook skulle de uppfattas som oseriösa och oprofessionella på deras respektive arbetsplatser. R8 kunde få dåligt samvete över hennes facebookande för att hennes kollegor inte visste hur länge hon satt, hon menade att de kunde tro att hon satt längre än vad hon faktiskt gjorde och i och med det tro att hon gjorde ett dåligt arbete. R4 var ibland rädd att hennes arbetsgivare skulle se hennes bilder.

Vad andra tror om mig: Inget att oro sig för. Fem av respondenterna (R2, R5, R6, R10, R11) var inte oroade över att deras chefer och kollegor skulle se deras bilder eller att deras Facebook sidor gav chefen en annan uppfattning om dem som person.

”Jag tror inte deras uppfattning ändras, jag är som jag är, både på Facebook, privat och på jobbet. Jag tar inte upp seriösa saker på Facebook men har heller inget att skämmas för (R5).”

R11 sade att om kollegor eller hans chef dömde honom efter en bild som låg uppe på Facebook var det deras problem och inte hans och att alla fick bilda sin egen uppfattning. Han trodde att många säkert tänkte sig för inför sin arbetsgivare, att vissa bilder, som festbilder inte passade att publicera. Han menade att personer inte enbart behövde ha festbilder upplagda men att man på Facebook borde våga visa hur man var som person.

”... så vafan ... alla gör det (skratt) ... det är inte så att man lägger upp lika mycket jobbilder. Det är ju trots allt inte den personen man anställer, man måste kunna hålla isär jobb och det och visst man integrerar det sociala livet i arbetet men det får inte gå ut över arbetet. Det ska i sådana fall gynna det sociala på arbetet. Då kanske man har mer att prata om så trivs man mer på arbetsplatsen (R11).”

Vara vän med kollegor och chefen på Facebook: Privatliv. Ingen av respondenterna var vän med alla sina kollegor. R6 var vän med sina kollegor som han var vän med utanför jobbet. R1 var vän med de kollegor som hon litade på och som hon ville lära känna ännu bättre utanför jobbet. R1 var vän med vissa kollegor men ville inte ha kollegor som hon inte litade på som vänner på Facebook. De kollegor hon var vän med umgicks hon med privat och hon såg Facebook som ett sätt att lära känna dem ännu mer. Ibland gick hon in på kollegors och chefers sidor för att se en mer ”mänsklig sida”. Hon tyckte det var kul att kunna se en chef full då hon kände att det var okej för henne att ha sådana bilder på sig själv.

Vara vän med kollegor och chefen på Facebook: Vänskap med kollegor hellre än med chefer på Facebook. Tio av respondenterna (R1, R2, R3, R4, R5, R8, R9, R10, R11, R12) var vän med några kollegor. R7 och R13 var inte vän med vare sig kollegor eller chefer. R13 var däremot vän med de som arbetade på hennes extrajobb. Tre av respondenterna (R2, R3, R5) var inte vän med någon chef och de ville inte bli det heller. R5 ville hålla en bra image gentemot sina chefer. R3 tyckte det var jobbigt när chefen addade henne eftersom hon själv var chef över några på jobbet och hon ville inte adda folk. De fick adda henne om de ville. Enbart R4 var vän med sin chef och hon gick in på dennes sida eftersom hon tyckte det var roligt att snoka. Hon upplevde även att det var kul att se om chefen var på bra eller dåligt humör beroende på hans statusuppdateringar. Hon trodde att han var vän med sina anställda för att kolla upp dem och se vad de var för personer.

Diskussion

I diskussionen kommer varje tema med respektive rubriker och tillhörande underkategorier att genomlysas av författarna.

Användandet av Facebook

Negativa känslor. Som det nämndes bland positiva känslor, att det var nyfikenhet som drev många respondenter till att facebooka blev resultatet omvänt angående de negativa känslorna. Nyfikenheten hos respondenterna blev negativ, viljan att ta reda på vad andra människor gjorde skapade stress hos respondenterna. En respondent uttryckte att hon upplevde det som att Facebook ställde krav på henne och att hon var tvungen att svara på meddelanden vilket gjorde att hon kände sig stressad. Trots att negativa känslor upplevdes bland respondenterna fanns det en nyfikenhet att veta vad andra människor hade för sig. Kanske handlar om att jämföra sig och se vem som var roligast och mest lyckad?

Positiva känslor. Den glädje och nyfikenhet som respondenterna upplevde var kopplat till att någon av deras vänner hade skrivit något kul, hört av sig till respondenten eller lagt upp roliga bilder. Som DiMicco et al. (2002) presenterade i sin studie användes Facebook precis som respondenterna i författarnas undersökning för att hålla kontakten med människor man redan kände. Nyfikenheten med att använda Facebook låg också i att kunna titta på sina vänners sidor och se vad de hade för sig.

Integritet

Hantering av integriteten: Skydda privatlivet. En bit av respondenternas privatliv presenterades i det offentliga rummet, Facebook. I det verkliga livet fanns ett val att välja vem respondenten ville prata med men via Facebook var det fritt fram för vem som helst att kontakta vem som helst. Detta upplevdes som ett hot mot den personliga integriteten. Respondenterna hanterade integriteten genom att skriva privata meddelanden och att inte vara vän med alla kollegor och sin chef. Samtliga respondenter var eniga om att skydda sin integritet. För att hålla det privata på Facebook valde många att skriva privata meddelanden istället för att skriva öppna meddelanden. Undersökningen av Debatin et al. (2009) visade att majoriteten av användarna av Facebook hade en förståelse för att det fanns sekretessinställningar för att skydda sin identitet på Facebook och hur dessa kunde användas. Att skydda sig själv hade inte första prioritet, användarna var mer måna om att andra lämnade ut privat information om sig själva än att de själva gjorde det i samma utsträckning. Motsatsen framkom i vår undersökning där samtliga respondenter var mycket måna om att skydda sin identitet och behålla sin integritet genom att inte lämna ut för mycket information om de själva. Fogel och Nehmand (2009) fann i sin undersökning att män var mer riskbenägna på internet än kvinnor och att kvinnorna var mer måna om att skydda sitt privatliv på internet. Männerna publicerade i större utsträckning telefonnummer än kvinnor. I denna undersökning fann vi inga uppenbara skillnader könen emellan utan det var viktigt för båda könen att inte publicera för mycket av sitt privatliv på Facebook.

Hantering av integriteten: Avtagga bilder. De bilder som respondenterna ansåg var olämpliga valde de att avtagga sig själva ifrån, de ville inte identifiera sig med de bilderna, eller visa för andra personer. Gränsen mellan vad som var för privat eller inte var inte helt

klar men en tendens till vad som var för privat var familjebilder. Festbilder var det många som var skeptiska till och respondenterna ville inte synas i bilder som kunde ge de dåligt rykte på deras arbetsplatser.

Makt, kontroll och trygghet: Makt och kontroll. Debatin et al. (2009) skrev att när människor betar sig illa kunde de drabbade uppleva en saknad av kontroll över sig själva. Vidare skrev de om att personers identiteter på Facebook stämde bra med den identitet de hade i verkliga livet. I författarnas undersökning framkom det en oro hos respondenterna angående deras integritet och hur andras syn på dem kunde påverkas genom bilder och text som lades upp på Facebook. Eftersom möjligheten att publicera bilder utan personers tillåtelse på Facebook fanns saknades kontroll hos respondenterna, de upplevde sig inte riktigt ha den fulla makten över vad som florerade om de på Facebook. Trots att de inte upplevde sig ha full kontroll över informationen om dem upplevde de sig ändå trygga med Facebook. I undersökningen av Fogel och Nehmand (2009) visade det sig att personer som hade en profil i ett socialt nätverk hade ett högre risktagande än de utan socialt nätverk. Deltagarna såg ett socialt nätverk som en trygg miljö vilket även framkom i studien av McKenna et al. (2002) där personer höll kontakten med familj och vänner på internet som av dem uppfattades som en icke hotfull miljö. Det kan då ses som att Facebook upplevdes som ett tryggt redskap att kommunicera via trots att respondenterna i denna uppsats inte hade full kontroll över den information som fanns om dem.

Hantering av integriteten: Trygghet. Att Facebook upplevdes som ett tryggt redskap kan förklara vad en av respondenterna hade sagt ”Det händer när det händer men jag tror inte det händer mig”. Denna inställning förekom hos respondenterna och de sade att de skulle hantera situationen när det inträffade något. Detta har författarna tolkat som att respondenterna skulle bete sig med mer försiktighet rörande sin integritet på Facebook om det hände dem något personligen. Exempelvis så sade R5 i sin intervju att hon kände sig relativt trygg på Facebook men att det fanns saker Facebook kunde använda utan hennes tillåtelse.

Sociala faktorer

Fördelar med Facebook: Tillfredsställelse. Huang et al. (2009) menade att socialt kapital via sociala mötesplatser på internet definierades som starka personliga relationer som utvecklas över tid och som grundar sig i pålitlighet, samarbete och en kollektiv samvaro. Fördelarna enligt respondenterna var att Facebook skapade tillfredsställelse. Författarna har tolkat svaret tillfredsställelse som ett sätt att bli bekräftad och uppmärksammas av sina vänner. Den mest förekommande fördelen med Facebook var enligt respondenterna att de kunde kommunicera både med sina vänner och med sin familj men även med kollegor på arbetsplatsen. Facebook hade skapat ett behov i form av tillfredsställelse och förväntan. McKenna et al. (2002) påvisade att kommunikation via sociala nätverks sajter kunde bidra till djupare relationer än om personerna hade träffats ansikte mot ansikte. I författarnas undersökning visade det sig att enbart två respondenter hade vänner på Facebook de aldrig träffat. Tendensen låg i att det var viktigare att ha vänner på Facebook som respondenterna kände sedan tidigare och fördjupa dessa kontakter.

Fördelar med Facebook: Kommunikation. Fördelarna med Facebook gick hand i hand med kommunikation och Facebook upplevdes som ett alternativt kommunikationsredskap. Facebook sparade tid och gjorde det effektivare för respondenterna i frågan om att kommunicera med sina vänner och ökade effektiviteten till att nå sina vänner. R11 pratade om att ju större kontaktnät, desto större möjligheter fanns det oavsett om det gällde jobb eller fritid och det stora kontaktnätet han hade på Facebook skulle han aldrig kunna upprätthålla

om det inte vore för att Facebook underlättade kommunikationen för honom. Ett brett utbud av nya medier har för geografiskt spridda organisationer skapat en möjlighet att minska på kommunikationsproblem, detta tack vare tekniska innovationer inom telekommunikation (Andersson et al. 2001).

Nackdelar med Facebook: Beroendeframkallande. Facebook hade enligt respondenterna blivit som ett skapat behov. Facebook var med andra ord beroendeframkallande och lusten att logga in var stor hos respondenterna. Trots att de tyckte det fanns viktigare saker att göra och att Facebook var tidskrävande var den tillgängliga informationen som fanns om andra människor mer lockande att ta del av än det de borde ha gjort istället. En orsak till att respondenterna loggade in har författarna tolkat som att de sökte efter bekräftelse av andra. I undersökningen av Park et al. (2009) loggade studenter in på Facebook för att få reda på information om andra och strävan efter att bli bekräftad var hög. Huang et al. (2009) framhöll att socialt kapital via sociala nätverksplatser grundade sig i pålitlighet och kollektiv samvaro. Författarna tolkade det som att det är bekräftelsen via den kollektiva samvaron som styr varför Facebook har blivit ett så pass stort fenomen som det har blivit. Fenomenet Facebook uppfattades som ett beroende när det i grunden var den kollektiva samvaron och bekräftelsen av andra som styrde.

Arbetslivet

Fördelar med Facebook i arbetslivet: Kommunikation. Fyra respondenter använde Facebook på arbetsplatsen för att snabbt kunna kommunicera med kollegor och vänner. Enligt DiMicco et al. (2008) användes sociala nätverk till att skapa starkare affärsmässiga band till varandra inom ett företag och även för att knyta nya kontakter som kan gynna företaget. Den största fördelen med Facebook enligt respondenterna var att det var lätt att på ett enkelt sätt nå ut till många människor och anledningen till att facebooka på jobbet var att de snabbt kunde få kontakt med människor.

Fördelar med Facebook i arbetslivet: Pauser. Samtliga respondenter upplevde Facebook som ett sätt att koppla bort jobbet en stund vilket de upplevde var positivt. Vissa loggade in på arbetstid några minuter och andra bara på utsatta raster. Det har skapat diskussioner i media idag och Internet har blivit en stor del av våra vardagliga liv såväl i privatlivet som i arbetslivet (Bargh & McKenna, 2004). Författarna uppfattade inte pauser som enbart positivt utan att det fanns ett problem med användandet av Facebook. Facebook upplevdes som ett beroende och att facebooka tog upp onödig tid och arbetsuppgifter och skolarbeten blev lidande. Pauserna blev helt enkelt för långa och disciplinen att arbeta hemma kanske inte var lika hög som på arbetsplatserna.

Nackdelar med Facebook i arbetslivet: Ofokusering på arbetet. Respondenter blev ofokuserade i sitt arbete och Facebook tog för mycket tid. Facebook hade en makt över respondenterna att det inte spelade någon roll att de blev stressade eller ofokuserade. De loggade ändå in, både av samvetsskäl gentemot andra och av ren nyfikenhet.

Nackdelar med Facebook i arbetslivet: Förkortad arbetstid. De respondenter som hann med sina arbetsuppgifter och som inte fick dåligt samvete medgav att de skulle få dåligt samvete om Facebook tog upp för mycket tid. R12 tyckte att om det inte fanns internmail på jobbet kunde det vara bra med Facebook i fråga om att hon då lätt kunde kommunicera med sina arbetskollegor. Det rörde delade meningar om hur Facebook påverkade respondenterna i deras arbetsprestation men ett återkommande svar var att Facebook gav upphov till dåligt samvete eftersom det tog tid från arbetsuppgifter.

Nackdelar med Facebook i arbetslivet: Dåligt samvete. Att logga in på Facebook på arbetstid gav fyra respondenter dåligt samvete och tre respondenter upplevde stress och oro av att inte vara inloggade på Facebook. Det dåliga samvetet berörde att respondenten inte hann

med alla sina arbetsuppgifter eller skolarbeten. Facebook blev enligt respondenterna ett inslag i deras liv som orsakade dåligt samvete. Det var ingen som sa att de skulle kunna tänka sig att ge upp Facebook på arbetet trots medvetenheten som fanns att Facebook gav upphov till dåligt samvete. Hur kommer det sig då att de utsatte sig för dåligt samvete gentemot jobbet när de visste med sig att det var Facebook som orsakade det dåliga samvetet? Eftersom Facebook upplevdes som ett beroende har författarna tolkat detta som att bekräftelsen av andra var drivkraften att logga in trots att det skapade dåligt samvete.

Vad andra tror om mig: Oro över hur Facebook framställde respondenterna gentemot kollegor och chefer. Det dåliga samvetet avspeglade sig dessutom i att kollegor kunde se varandra faceboka på arbetstid. Samtliga respondenter sade att de använde sig av Facebook på sin arbetsplats men de var samtidigt rädda för att upplevas som oseriösa personer och att deras lämplighet i arbetet kunde ifrågasättas. Författarna har funderat över om oron hos respondenterna låg i att inte duga till som person och att chefen skulle tro att de inte presterade tillräckligt på arbetet. Författarna har även uppfattat respondenterna som ambitiösa personer som inte ville framstå som medarbetare som slösade bort arbetstiden genom att faceboka. Respondenterna var även noga med att hålla sitt privatliv just privat. Oron över vad som fanns på facebookprofiler grundade sig också i att andra kunde publicera saker på sidorna som respondenten inte visste om förrän denna loggade in och kunde då ta bort det.

Vad andra tror om mig: Inget att skämmas för. Varför fem av respondenterna inte var oroade över att deras chefer och kollegor skulle se deras bilder, eller att deras facebookprofiler gav chefen en annan uppfattning om dem som person, kunde tolkas av författarna som att dessa respondenter inte hade någonting på sina facebookprofiler som de skämdes för. En anledning kunde också vara att de var så pass säkra på sig själva och sin yrkesroll att om det skulle uppkomma en situation om Facebook på jobbet skulle de vara säkra på sig själva att det inte skulle bli något problem.

Vänskap med kollegor och chefer på Facebook: Privatliv. Det författarna kunde utläsa från respondenters svar var att image och attityd gentemot andra var viktigt för respondenterna på deras arbetsplatser. Respondenterna ville hålla sitt privatliv privat. Människan blir mer och mer exponerad och linjerna mellan vad som är privat eller inte suddas ut allt mer. Det är svårt att inte göra sig sedd idag då vi har många vägar att ta reda på information om andra människor. Att inte uppfattas som oseriös var viktigt för många av respondenterna, och det var anledningen till att de tog bort taggar på sig själva och inte publicerade så mycket bilder. I det stora hela handlade det om vilket intryck respondenterna gav till sina nuvarande och framtida arbetsgivare. De ville framställa sig som pålitliga seriösa människor som tog sina arbeten på allvar.

Vänskap med kollegor och chefer på Facebook: Pålitlighet och vänskap med kollegor hellre än med chefer på Facebook. Respondenterna i denna undersökning lockades att lära känna kollegor och de kollegor respondenterna litade på valdes ut som vänner på Facebook. Det fanns även en uppfattning hos vissa respondenter att det var spännande att se vad chefen hade för sig utanför arbetet. Överlag ville respondenterna hålla sitt privatliv utanför Facebook så gott det gick och det var inget som deras chefer hade med att göra. Att R13 valde att bara vara vän med de från sitt extrajobb, tyder på att hon vill framstå som seriös på sitt ordinarie arbete och det är även inom den branschen hon vill klättra karriärmässigt. Om chefen då fick ett dåligt intryck av henne upplevde hon att det skulle kunna missgynna henne i sitt framtida arbetsliv. Enligt Skeels och Grudin (2009) upplevde en kvinnlig chef att hon kom närmare sina anställda via sociala medier. I författarnas undersökning handlade det om att kollegor emellan kom närmare varandra och det fanns en överensstämmelse respondenterna emellan att vara vän med sin chef gjorde intrång på integriteten.

Studiens tillförlitlighet och giltighet

Studien var ett tillgänglighetsurval och kan påverka reliabiliteten i studien då tillgänglighetsurval utgår från den anledningen att respondenter skall vara lätta att få tag på. I den här studien var det naturligt att göra urvalet via Facebook. Studien har därmed inte heller begränsats av geografiska skäl. Alla respondenter var inte heltidsarbetande utan vissa var även studerande och arbetade extra vilket bör tas i beaktande. Författarna menar att det möjligen kan skilja i användandet av Facebook huruvida deltagarna arbetar heltid eller extra. De intervjuande var i olika åldrar samt män och kvinnor vilket skulle kunna ge olika svar då förmodligen fler av de unga använder Facebook i större utsträckning än äldre personer. Det var dock inte en självklarhet. Intervjuerna har inte spelats in med hjälp av bandspelare utan genomförts med telefonintervjuer vilket kan ha påverkat reliabiliteten i svaren då de har antecknats med papper och penna. Författarna har varit noga med att be respondenterna upprepa svaren vid oklarheter eller glömska vid antecknandet.

För att få en god giltighet bör även deltagarna få ta en del av sina svar innan materialet färdigställs för att vara säker på att intervjuaren har uppfattat frågorna och fått fram det som ville sägas. Respondenterna har fått möjlighet till det. Författarna har varit försiktiga med att inte ställa ledanden frågor för att låta respondenten styra svaren men författarna kan ha oavsiktligt haft en inverkan på svaren (Kvale, 1997). Författarna kan även ha missat affektiva komponenter i studien då intervjuguiden var ganska styrd för att få en struktur. Andra svar hade kunnat uppstå om respondenterna hade fått komma på allt som hade med arbete och Facebook att göra. Respondenterna hade kunnat vara mer fria i sina svar då.

Författarna är medvetna om att studien kan vara svår att koppla ihop med arbetslivet då Facebook inte anses som ett socialt arbetsverktyg utan ett mer privat kommunikationsredskap. Men en alltför stark fokusering på reliabilitet kan enligt Kvale (1997) motverka nytänkande och kreativitet. Författarna har också därmed hittat spännande infallsvinklar som kan studeras vidare på.

Referenser

- Andersson, N., Ones, D. S., Sinangal, H. K., & Viswesvaran, C. (2001). *Handbook of industrial, work and organizational psychology*. (2nd ed.). Organizational psychology. London.
- Chiu, C.- M., Hsu, M.- H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42, 1872-1888.
- Correa, T., Hinsley, A., W., & Zúñiga, H., Gil de. (2010). Who interacts on the Web? The intersection of user's personality and social media use. *Computers in Human Behaviour*, 26, 247-253.
- Bargh, J. A., & Mckenna, K. Y. A. (2008). The Internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55, 573-590.
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A.- K., & Hughes, B. N. (2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of Computer Mediated Communication*, 15, 83-108.

- DiMicco, J., Millen, D. R., Geyer, W., Dugan, C., Brownholtz, B., & Muller, M. (2008). Motivations for social networking at work. Proceedings of the 2008 ACM conference on computer supported cooperative work. San Diego, CA.
- Facebook. (2010) <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>
- Findahl, O. (2009). *Svenskarna och Internet 2009*. Gävle: World Internet Institute.
- Fogel, J., & Nehmand, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior* 25, 153-160.
- Hektor, A. (2001). *What's the use: Internet and information behavior in everyday life*. Linköping: Studentlitteratur.
- Holme, I. M., & Solvang, B. K. (1997). *Forskningsmetodik: Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur.
- Huang, C.-C., Lin, T.-C., & Lin, K.-J. (2009). Factors affecting pass-along email intentions (PAEIs): Integrating the social capital and social cognition theories. *Commerce Research and Applications*, 8, 160-169.
- Humanistisk- Samhällsvetenskapliga forskningsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk- samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Författaren.
- John, B. A., & McKenna, K. Y.A. (2004). The Internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55, 573-590.
- Karlsson, L. (2007). *Psykologins grunder*. (4e uppl.). Lund: Studentlitteratur.
- Kvale, S. (2008). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Kwon, O., & Wen, Y. (2010). An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, 26, 254-263.
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, Marci E.-J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58, 9-31.
- Nosko, A., Wood, E., & Molema, S. (2010). All about me: Disclosure in online networking profiles: The case of FACEBOOK. *Computers in Human Behavior*, 26, 406-418.
- Park, N. M.A., Kee, K. F, M.A., & Valenzuela, S., M.A. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyber Psychology*, 12, 729-733.
- Skeels, M., & Grudin, J. (2009). When social networks cross boundaries: A case study of workplace use of Facebook and LinkedIn. *Biomedical & Health Informatics*.
- Statens offentliga utredningar SOU. (2002). *Personlig integritet i arbetslivet: Betänkande av Integritetsutredningen*. Stockholm: Näringsdepartementet.
- Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit a time. *Human Communication Research*, 28, 317-348.