



BLEKINGE TEKNISKA HÖGSKOLA

VT2012

Sektionen för Management

Samhällsvetarprogrammet för lärande, utveckling och kommunikation

Sociala media och arbete

– Relationen mellan psykologiskt arbetsklimat
och nyttjande av sociala media i arbetet

KANDIDATARBETE I PSYKOLOGI

Författare: Birbiglia, Veronica
Handledare: Eisele, Per

Blekinge Institute of Technology

School of Management

Course: Bachelor of science in Psychology

Title: Social media and work: The relationship between psychological work climate and the utilization of social media at work

Author: Birbiglia, Veronica

Tutor: Eisele, Per

Date: 2012.06.10

Abstract:

By studying the relationship between perception of the psychological work climate and employee utilization of social media at work, support was sought for the main aim of the study: whether employees utilize social media at work if the work climate is not perceived as positive, and if social media is utilized, then how employees would perceive social media as advice and support at work. Through a web-based survey data was collected from participants (N = 27), which stemmed from three IT departments of a municipal organization in central Sweden. Analyses of the accumulated data were predominantly performed through Spearman correlation tests and Mann-Whitney U tests. The results indicated support for two of the three hypotheses in the study, regarding correlation between perception of psychological work climate and the utilization of social media, as well as, differences between employees' perception of relationships with colleagues offline and the utilization of social media. In contrast, no significant differences were found for how employees, depending on how they view knowledge, make use of support from relationships online and offline.

Keywords: Knowledge exchange, psychological work climate, social media, social relationships, support at work.

Blekinge Tekniska Högskola

Sektionen för Management

Arbetets art: Kandidatarbete i psykologi**Titel:** Sociala media och arbete: Relationen mellan psykologiskt arbetsklimat och nyttjande av sociala media i arbetet**Författare:** Birbiglia, Veronica**Handledare:** Eisele, Per**Datum:** 2012.06.10**Abstrakt:**

Genom att studera relationen mellan upplevt psykologiskt arbetsklimat och anställdas användande av sociala media i arbetet söktes stöd för studiens huvudsyfte: om anställda använder sig av sociala media i arbetet om arbetsklimatet inte upplevs som positivt, samt om sociala media används, hur anställda då uppfattar sociala media som hjälp och stöd i arbetet. Genom en webbaserad enkät samlades data in från deltagarna (N = 27), vilka härrörde från tre IT-avdelningar i en kommunal organisation i Mellansverige. Analyser av ackumulerad data skedde till övervägande del genom Spearmans korrelationstest och Mann-Whitney U-test. Resultatet indikerade stöd för två av studiens tre hypoteser vad gäller samband mellan upplevelse av psykologiskt arbetsklimat och användande av sociala media, samt skillnader mellan anställdas upplevelse av relationer till kollegor offline och användande av sociala media. Däremot hittades inga signifikanta skillnader för hur anställda, beroende på hur de ser på kunskap, tar stöd från relationer online och offline.

Nyckelord: Kunskapsutbyte, psykologiskt arbetsklimat, sociala media, sociala relationer, stöd i arbetet.

Kunskapsutbyte i arbetslivet

Relationen mellan psykologiskt arbetsklimat och nyttjande av sociala media i arbetet

Gränserna mellan de fysiska och digitala områdena, mellan online och offline interaktioner, håller långsamt på att suddas ut och de senaste åren har onlinekommunikationen ökat lavinartat. Framförallt på sociala nätverkssidor, så kallade sociala media (Berg, 2012). Den här studien tar upp frågan huruvida relationer online via sociala media används av anställda inom IT, som stöd i deras arbete, eller om relationer offline fortfarande är mest aktuellt för kunskapsutveckling och kunskapsutbyte mellan människor i kunskapsintensiva verksamheter. Verksamheter där globalisering och förändring är en del av vardagen och där organisationer och anställda står inför att hanterar nya, okända problem och situationer. Det enda säkra i dagens ekonomi är dess osäkerhet, så för organisationers överlevnad samt deras fortsatta konkurrenskraft på marknaden krävs att de anställda kan skapa, bibehålla och utveckla kunnande och kunskap (Coetzer, 2007; Bijlsma-Frankema, Rosendaal & Taminiou, 2006).

Kunskapsutveckling är en social process där stöd från andra individer ses som en mycket betydelsefull del för att utvecklingen ska kunna ske (Svensson, 2005). Interaktion och kommunikation genom goda sociala relationer är således av största vikt för spridning av kunskap och det är därigenom viktigt att medarbetare får möjlighet att interagera med varandra, men även med andra, för att möjliggöra större utbyte av både erfarenheter och kunnande.

Ett positivt arbetsklimat har visat sig vara en god indikator på ökande prestationer och resultat (Suliman, 2001), samt goda relationer bland de anställda (Parker, Baltes, Young, Huff, Altmann, Lacost & Roberts, 2003). När anställda upplever arbetsklimatet som positivt, det vill säga överensstämmande med deras egna värderingar och intressen, är de mer troliga att identifiera sina personliga mål med organisationens mål och därmed också anstränga sig mer för att nå dem (Brown & Leigh, 1996). Men vad sker med kunskapsutbytet bland de anställda om arbetsklimatet upplevs som mindre positivt, eller rent av negativt, i och med att kunskap dels skapas socialt genom kommunikation och interaktion med andra (Brown & Adler, 2008; Granitz & Koernig, 2011; Li, Greenberg & Nicholls, 2007), och dels härrör från interaktionen mellan miljön, individen och relationerna som är producerade av individen (Lehesvirta, 2004). Därigenom uppkommer frågan om anställdas upplevda arbetsklimat har betydelse för om individen väljer att ta sitt stöd för sin kunskapsutveckling genom online eller offline relationer.

Online relationer via sociala media ses idag som en viktig källa till information och kunskap och individer etablerar starka band (så kallade ”strong ties”) till sina onlinekontakter (Schneckenberg, 2010). Genom sociala media kan anställda vara i kontakt med en rik variation på människor och olika former av individer som kan ge nya insikter och perspektiv på problem som uppkommer på arbetsplatsen. Sociala media möjliggör således samarbete samt snabb och direkt feedback från människor, vilka inte finns direkt tillhands offline.

Guile (2006) menar att speciella kulturella förhållanden måste mötas om anställda ska kunna utveckla den tacita kunskapen, associerad med intellektuell skicklighet, för att klara av att möta framtidens behov. Dels krävs någon form av utbildning för de anställda för att de ska förstå och kunna hantera den data som de teknologiska systemen frambringar, och dels krävs att de anställda har möjligheten att kunna använda sig av informationsteknologi på arbetsplatsen. Därför har studiens fokus lagts på system- och datatekniker i kunskapsintensiv verksamhet. I kunskapsintensiva verksamheter handlar det dessutom mycket om att få rätt information i rätt tid för att kunna lösa problem på det mest optimala sättet utifrån de förutsättningar som ges (Boud & Garrick, 1999). Anställda behöver således få möjlighet att kontinuerligt och direkt kunna utbyta information, tips, idéer, råd och kunskap med andra för att utvecklas och fördjupa sin kompetens i förhållande till sina arbetsuppgifter. Detta bör de framför allt göra där konversationerna tar plats, på arbetsplatsen med arbetskamrater, men om relationer med arbetskamrater eller arbetsklimatet i sig inte tillåter detta, kan olika former av sociala media kanske ses som ett alternativ för anställda att få hjälp och stöd i arbetet.

Studiens problemområde berör således både arbetsklimat och anställdas eventuella användande av sociala media i arbetet och om det finns ett samband där i mellan. Om anställda använder sig av sociala media för att ta stöd i arbetsrelaterade problem och om det finns ett samband mellan hur anställda upplever sitt arbetsklimat och hur de sedan söker stöd i sociala relationer offline och/eller online. Har stöd via sociala relationer offline fortfarande större betydelse för anställdas arbetsutförande än online relationer? Och kan arbetsklimatet på arbetsplatsen leda till att anställda, istället för att vända sig till sina kollegor offline, vänder sig till andra kontakter via sociala media för hjälp, stöd och rådfrågning? Detta aktuella problemområde har, i författarens kännedom, inte tidigare utforskats utan denna studie får därmed bidra med en första inblick i områdets komplexa natur.

Teoretisk bakgrund

Arbetsklimat. Begreppet arbetsklimat kan, enligt Parker et al. (2003), spåras tillbaka till Lewins (1936) begrepp livsområde (fritt översatt från ”life space”), vilket användes för att

förklara en individs motiv för emotionella reaktioner på förändring. Begreppet har vidare utvecklats och forskning har underbyggt och arbetat fram en distinktion för arbetsklimat. Idag ses arbetsklimat hur en individ upplever och tolkar organisationens miljö, och det psykologiska arbetsklimatet som en individs upplevelse och tolkning av miljön och den mening den därmed tilldelas (Parker et al, 2003; Zohar & Luria, 2004). Det är således de anställdas upplevelse och värderingar av miljön snarare än miljön i sig själv som medierar attityder och beteenden hos de anställda (James, Hater, Gent & Bruni., 1978).

Psykologiskt arbetsklimat har förklarats som en individs psykologiska, meningsfulla representation av organisationens strukturer, processer och händelser vilket möjliggör för individen att tolka händelser, förutsäga eventuella prestationer och resultat samt kunna se lämpligheten i sina egna handlingar (Jones & James, 1979). Kahn (1990) utvecklar det vidare med att beskriva hur arbetsklimatfaktorer har inverkan på anställdas beteenden att antingen engagera sig i sitt arbete eller distansera sig från det.

Upplevelse av organisationens miljö har en personlig och motiverande eller emotionell betydelse. Den sker genom en värderingsprocess där en kognitiv representation av egenskaperna hos miljön tolkas i ljuset av individens värderingar och välbefinnande, vilket sedan ger en gemensam uppfattning om hur organisationen fungerar (Coyle-Shapiro, Kessler & Purcell, 2004). Därför ses psykologiskt klimat mer som en individs egenskaper än organisationens, vilka mäts i termer av upplevelser som är meningsfulla för individen. Därigenom ges förutsättningar för att särskilja det psykologiska arbetsklimatet från det organisatoriska arbetsklimatet, i och med att det psykologiska arbetsklimatet baseras på en individs bedömning av sin arbetssituation, medan organisatoriskt arbetsklimat är den gemensamma bedömningen hos en grupp människor (Zohar & Luria, 2004). Psykologiskt arbetsklimat är således en del av individen vilket innebär att det är individen som är den rätta enheten för teori, mätning och analys (James & Jones, 1979).

Sociala relationer online och offline. Sociala nätverk är till för att stimulera social aktivitet och utbyte mellan människor och webbaserade nätverk ger människor näst intill en oändlig tillgång till andra människor. En viktig skillnad mellan nätverk online till skillnad från offline är att online ger utrymme och möjlighet till att ha mycket stora nätverk (Berg, 2012). Onlineteknologi har dessutom visat sig kunna leda till bättre samarbete och informationsdelning, bättre produktivitet och förbättrad kommunikation mellan de anställda (Violino, 2008). Violino pekar även på att nätverken kan sammanföra människor med gemensamma intressen, komplementära kunskaper, behov av kunskap eller delande av ett gemensamt mål. Men socialt nätverkande är ett koncept som funnits mycket längre än

Internet. Människan är en social varelse som har förmågan att arbeta i grupp och därigenom skapa värden där summan är större än delarna (Weaver & Morrison, 2008).

Anställda kan ha olika former av sociala band till olika personer, både formella och informella (Granovetter, 1973). Dessa sociala band ses även som viktiga för tillgången till ny information och innovation. Nätverkande ger tillgång till resurser, och mellanmännsliga kontakter kan därigenom ge tillgång till ny kunskap för kunskapsutbyte (Aime, Van Dyne & Petrenko, 2011; & Adler, 2008). Genom sociala relationer kan sedan kunskap om, exempelvis organisationen och organisationens kultur, förhållanden och normer, delas och föras vidare (Schein, 2004). Forskning har visat att för bästa överföring av komplex, tacit kunskap bör den ske mellan liknande människor med starka band (Hansen, 1999). Människor med starka, tillitsfulla band mellan sig verkar vara mer hjälpsamma och villiga att dela kunskap med varandra. Medan svaga band har visat sig ideala för att föra vidare innovativa idéer och ny kunskap mellan olika kontexter, människor och situationer (Granovetter, 1973; Levin & Cross, 2004).

Svaga band mellan människor är dessutom speciellt väl anpassade att föra samman människor i olika sociala sammanhang (Granovetter, 1973). De är därigenom ideala för att ge tillgång till olika tankar, idéer, perspektiv och information och det är egentligen denna princip sociala media bygger på. Att alla relationer spelar roll och genom att ha många olika relationer med många olika människor ökar individen dels sitt nätverk men även sina egna chanser att lösa olika problem i olika kontexter.

Sociala media. Schneckenberg (2009) menar att sociala media gradvis ändrar förutsättningarna för både anställda och organisationer vad gäller roller och interaktionsprocesser. En ny era av kunskaps- och erfarenhetsutbytande tar form, där öppenhet, utbyte och samarbete över gränserna är det generella och allmänna sättet att hantera problem (Castells, 2009; Schneckenberg, 2009; Tredennick, 2006). Sociala media har således utvecklats till en plattform för samarbete, gemenskap och interaktion som har gjort det möjligt att bygga och utveckla effektiva, interaktiva och samverkande virtuella nätverk och samhällen (Batinic & Göriz, 2009; Schneckenberg, 2010). Genom att användarna interagerar och kommunicerar med varandra ökar tillgången på information, kunskap och gemensamt kunnande (Batinic & Göriz, 2009; Granitz & Koernig, 2011).

Dock kan användandet av sociala media även innebära vissa nackdelar, exempelvis har människor behov av att kunna vara privata och inte ständigt tillgängliga. Därtill tillkommer paradoxen med sociala media som handlar om offentlighet. För att få information behöver användarna delge information och allt som anförtros blir genast offentligt. Detta kan

till viss del vara positivt då det möjliggör inhämtning av synpunkter och kunskap från olika källor, men likaså negativt då det bland annat kan innebära säkerhetsrisker för företaget vad gäller spridning av företagsinformation (Rainer & Cegielski, 2011). Rainer och Cegielski menar vidare att det dessutom kan betyda större exponering för virus samt att tekniska skydd kan sättas ur funktion. Användande av sociala medier av de anställda är således inte riskfritt utan kan verka inkräktande, både på den personliga integriteten och på den individuella friheten hos de anställda samt att företags säkerhet, rykte och varumärke kan skadas.

Sociala medier består heller varken av statisk eller kanaliserad information. Det kan därmed vara svårt för användare att hitta den kunskap och information de eftersöker. Således krävs resurser i form utav både tid och kunskap för att kunna utnyttja sociala media till dess fulla kapacitet, vilket kan leda till att vissa individer väljer att inte interagera genom dem utan enbart genom sociala relationer offline.

Strukturen hos sociala media bygger på friheten hos individerna att interagera oberoende av titel, vilket ger att en människa bedöms utifrån sin förmåga, vad de kan och kvaliteten hos sina idéer, och inte utifrån deras yrkeskategori eller befattning (Berg, 2012). Sociala medier är kraftfulla och effektiva verktyg för det mänskliga begäret att bygga och behålla relationer i olika sociala kontexter, skapa och utvidga nätverk och producera synergieffekter genom gemensamma interaktionsmönster hos användarna (Schneckenberg, 2009).

Tidigare forskning

Arbetsklimat. Brown och Leigh utförde 1996 en studie inom området arbetsklimat, där de undersökte om anställdas ansträngningar kan vara den medierande länken som relaterar psykologiskt klimat och arbetsinvolvering till arbetsprestation. Resultatet visade bland annat att när rollförväntningar och arbetssituationer är oförutsägbara, oklara eller inkonsekventa, när anställda förväntar sig negativa konsekvenser av att vara sig själva eller minskande frihet i att uttrycka egna åsikter, kommer de distansera sig från sina arbetsroller vilket underminerar den psykologiska tryggheten. Detta menar författarna kommer då kunna resultera i minskande engagemang och delaktighet i och för arbetet.

Meeusen, van Dam, Brown-Mahoney, van Zundert och Knappe (2011) genomförde en studie med syftet att undersöka relationen mellan arbetsklimat och arbetstillfredsställelse. Resultatet visade att psykologiskt arbetsklimat i form av arbetsutveckling, utmanande arbete och beslutsutrymme kan jämföras med vissa arbetsresurser för att stimulera personlig tillväxt, lärande och utveckling, vilket i sin tur är av största vikt för att öka arbetstillfredsställelsen.

Psykologiskt arbetsklimat kan därigenom ses som en indikator för hur väl organisationen förverkligar den fulla potentialen av sina anställda.

Eisele och D'Amato (2011) undersökte psykologiskt arbetsklimat och dess relation till arbetsprestation. Resultatet pekade på att upplevelsen av organisationen och bra självkänsla är kritiskt för arbetsresultatet, så som anställdas välbefinnande och effektivitet på arbetet. Studien visade således att individer även spelar en roll i arbetskontexten. Kontextuella och individuella faktorer har båda sina roller i att underlätta organisatorisk framgång och utveckling.

D'Amato och Zijlstra (2008) genomförde en studie med syftet att utöka forskningen om arbetsklimat. Resultatet styrkte författarnas hypotes att sättet människor betar sig på, på sitt arbete, medierar relationen mellan arbetsklimat och arbetsresultat. Vidare gav studien indikationer på att människors beteenden på arbetet bestäms av kontextuella variabler och personliga egenskaper.

Sociala relationer. Cowardin-Lee och Soyalp (2011) genomförde en studie där metoden social nätverksanalys användes för att undersöka anställdas motstånd mot förändringar, samt graden av förbindelser och informationsutbyten mellan anställda inom en organisation. Resultatet pekade på att anställda verkar vända sig till andra anställda som är engagerade för hjälp, för de får företeelser att ske. De har en strategi, de tror att strategin är genomförbar och de genomför sin strategi vilket därigenom tycks leda till att de förverkligar det de önskar.

Med ett internationellt perspektiv på kreativitet, undersökte Zhou, Shin, Brass, Choi och Zhang (2009) huruvida inflytande av sociala nätverk överensstämmer på de anställdas kreativitet. Resultatet av studien pekade på att anställda som har en hög grad av konformitet inte är troliga att söka upp ny kunskap, information eller perspektiv från människor de har svaga band till, då de människornas idéer ofta inte passar in i rådande förväntningar och normer. Medan anställda med en låg grad av konformitet är öppna för nya tankar och idéer från människor de har svaga band till, då de inte känner sig begränsade av rådande förväntningar och normer. Ytterligare resultat var att anställda tenderar att enbart diskutera idéer och arbetsrelaterade problem med individer de arbetar tillsammans med eller som längst bort, inom samma organisation med.

Baer (2010) studerade effekterna av svaga band, i mellanmännsliga relationer, på kreativitet. Studiens fokus låg på effekterna av både storlek och styrka samt även deras gemensamma effekt. Resultatet visade dels att det finns en positiv länk mellan antalet svaga band och kreativitet, det vill säga att ett ökande antal svaga band ökade kreativiteten, men det

visade även att när antalet blev för stort planade kreativitetskurvan ut och blev nedåtgående allteftersom fler band tillkom.

Sociala relationer i förhållande till sociala media. Berg (2012) genomförde en studie med syfte att undersöka meningen med lokativa teknologier som ett belysande exempel på hur sådana spatiala begränsningar allt mer kollapsar. Resultatet visade bland annat att online och offline relationer kompletterar, istället för ersätter, varandra, samt att människor som engagerar sig i sociala media stärker sina sociala relationer offline.

He, Qiao och Wei (2009) undersökte varför och hur sociala relationer påverkar de anställdas användning av Knowledge management systems (KMS) i deras organisationer och därför även dess användbarhet. Studien visade att trots att många av de anställda aldrig mötts personligen, hade de genom många års arbete med varandra blivit tillitsfulla vänner och skapat ett gemensamt förtroende för varandra. Studien visade även att sociala relationer är nyckelfaktorn som påverkar mänskliga beteenden för kunskapsutbyte.

Holtshouse (2010) utförde en studie med syftet att ge inblick i de underliggande frågor om hur organisationer kommer att behöva erbjuda de anställda en arbetsmiljö som lockar, bibehåller och möjliggör situationer för nyttjande av sina kunskapsarbetare i framtiden. Resultatet visade att det endast var ett fåtal organisationer som ansåg att sociala media kunde vara ett stöd i arbetet eller en källa till kunskap, utan istället framhölls vikten av tillvägagångssätt via sociala relationer offline. Vidare verkade det finnas en betydande tillit till befintliga grupper av anställda att hjälpa och bistå varandra i problemlösning, och att kunskapsöverföring genom sociala relationer offline och genom grupper därför är det bästa sättet att förbättra och bibehålla de anställdas kunskap och kompetens.

Syfte

Studiens syfte är att undersöka om anställda använder sig av sociala media i arbetet om arbetsklimatet inte upplevs som positivt, samt om sociala media används, hur anställda då uppfattar sociala media som en möjlighet till hjälp och stöd i arbetet. I studien undersöks sambandet mellan upplevt psykologiskt arbetsklimat och upplevt stöd från relationer offline samt upplevt stöd från relationer online via sociala media. Vidare undersöks skillnader gällande kunskapssyn, mellan hur och när anställda tar stöd från relationer offline och hur och när de tar stöd från relationer online via sociala media. Skillnader mellan online och offline kommunikation undersöks också gällande hur anställda upplever relationer med sina kollegor när de söker stöd med hjälp av endera av dessa modaliteter.

Hypoteser.

H1: Det finns ett samband mellan upplevelsen av psykologiskt arbetsklimat och användande av sociala media för kunskapsutbyte i arbetet.

H2: Det finns skillnader mellan hur och när anställda tar stöd från relationer offline och online beroende på kunskapssyn.

H3: Det finns skillnader mellan hur och när anställda tar stöd från relationer offline och online, beroende på upplevda relationer till kollegor offline.

Metod

Deltagare

Respondenterna (N =27) som genomförde studien härrör från tre avdelningar inom en kommun i Mellansverige. Avdelning ett (n = 10) med systemtekniker, avdelning två (n = 8) med datatekniker och avdelning tre (n = 14) med system- och datatekniker. Av de totalt 32 anställda som tillfrågades, skickade 29 in svar och 27 av dessa var fullständigt ifyllda och därmed användbara. Majoriteten av respondenterna var män 23 stycken (85.2%) medan kvinnorna endast var 4 stycken (14.8%). Övriga demografiska data på deltagarna i studien var: ålder (Mean: 36 år); utbildning, där 37% hade genomgått 2-årigt gymnasium eller annan utbildning, 33.3% hade genomgått 3-årigt gymnasium och 29.6% högskola/universitet; samt antal år i yrket, där flertalet (62.9%) hade mer än 7 år i yrket.

Material

De centrala enheterna för mätning var individens upplevelse av arbetsklimat, sociala relationer (kunskapsutbyte) och eventuell användning av sociala media i arbetsrelaterat syfte. Instrumentet som användes var en webbaserad enkät, vilken var uppdelad i 3 delar och byggde på totalt 105 frågor varav 4 demografiska frågor, 75 frågor om arbetsklimat, 8 frågor om sociala relationer i relation till kunskapssyn samt 18 frågor om sociala media.

Demografi. Vid mätningar och tester kan det finnas risk för eventuella störningsvariabler, det vill säga bakomliggande variabler vilka kan påverka resultatet, exempelvis så som kön, ålder och utbildning (Cohen, Manion & Morrison, 2007). Därav finns vissa demografiska data även upptagna för att kunna utröna om så är fallet i denna studie. Anställningstid, utbildning och ålder valdes för underlag då dessa demografiska variabler har

visat sig ha stor inverkan på hur anställda upplever sin arbetsmiljö (Coetzer, 2007). Därutöver valdes även kön som demografisk fråga och vidare dataunderlag då det i olika kontexter kan uppvisa skillnader (Bryman, 2007; Cohen et al., 2007).

Arbetsklimat. Då variationer i interaktioner mellan individer och situation och andra faktorer kan resultera i olika upplevelser av samma arbetsklimat, undersöktes arbetsklimatet på individnivå (Parker et al., 2003). För undersökning av anställdas upplevelse av sitt arbetsklimat användes Eisele och D'Amato's (2011) svenska version av den italienska originalversionen av instrumentet M_DOQ10 (D'Amato & Majer, 2005). Instrumentet, som är särskilt framtaget för analys av arbetsklimat, består av tre dimensioner: ledarskapsmetoder, arbetsförfaranden och organisatoriska strategier. Dessa tre dimensioner är vidare indelade i 10 kategorier: Arbetsbeskrivning (5 frågor, exempelfråga: "Mina arbetsuppgifter är klart definierade"; Cronbach's alpha .88); Kommunikation (12 frågor, exempelfråga: "I min organisation är det ofta svårt att få klar och pålitlig information"; Cronbach's alpha .64); Belöningsincitament (5 frågor, exempelfråga: "I min organisation är belöningsystem klara och rättvisa"; Cronbach's alpha .63); Autonomi (6 frågor, exempelfråga: "I mitt arbete har jag en viss grad av självständighet"; Cronbach's alpha .74); Dynamik/Utveckling (5 frågor, exempelfråga: "Min organisation har rykte om sig att inte vara särskilt dynamisk"; Cronbach's alpha .76); Organisatoriskt ansvar (8 frågor, exempelfråga: "Min organisation är öppen för samhällsutvecklingen"; Cronbach's alpha .61); Arbetsengagemang (5 frågor, exempelfråga: "Mitt arbete är spännande"; Cronbach's alpha .80); Ledarskap (8 frågor, exempelfråga: "Jag har en vänskaplig relation med min chef"; Cronbach's alpha .91); Innovation (5 frågor, exempelfråga: "I min organisation uppmuntras innovativa och kreativa idéer"; Cronbach's alpha .74) och Gruppsammanhållning (16 frågor) vilka är uppdelade på: Inom grupp (11 frågor, exempelfråga: "I min arbetsgrupp förstår vi varandra"; Cronbach's alpha .86) och Mellan grupper (5 frågor, exempelfråga: "I min organisation kommer anställda från olika grupper bra överens"; Cronbach's alpha .85). Dessa frågor mättes på en 5-gradig Likertskala med indelningarna: Falskt, Delvis falskt, Varken falskt eller sant, Delvis sant och Sant.

Sociala relationer i förhållande till kunskapssyn. Frågorna (8 stycken) arbetades fram genom att studera tidigare forskning och därutifrån analysera vilka delar som verkade knyta an och kunna ge data för att svara mot studiens syfte. Fokus lades särskilt på hur anställda tar råd och hjälp i olika situationer, då framförallt råd är det som kan ge nya idéer och perspektiv för att avancera och utvecklas på arbetet (Zhou et al., 2009). Dessutom lades även fokus på kunskapssyn i förhållande till sociala relationer, då goda sociala relationer har visat sig vara

gynnsamt för utbyte av kunskap (Levin & Cross, 2004). Även dessa frågor mättes på en 5-gradig Likertskala med indelningen: Aldrig, Sällan, Ibland, Ofta och Alltid.

Sociala media. 18 frågor om sociala media arbetades fram genom att lägga på sociala media i förhållande till sociala relationer i relation till kunskapssyn (8 frågor), samt genom att studera och analysera den tidigare forskning som fanns att tillgå i förhållande till studiens syfte och hypoteser (10 frågor). Även dessa frågor mättes med den 5-gradiga Likertskalan graderad från Aldrig till Alltid.

Procedur

Den undersökta populationen valdes genom ett klusterurval (Cohen et al., 2007). Eftersom studiens fokus låg på kunskapsarbetare som dagligen arbetar med IT, var system- och datatekniker en grupp som genast kändes aktuell. Då syftet även riktades in mot ett arbetsklimat som kunde uppfattas som mindre attraktivt av de anställda, blev det naturligt att studera en kommun i Mellansverige, vilken under senaste tre åren haft stora problem inom just IT-avdelningarna med både omorganiseringar, eftersatt lönepolitik, ifrågasatt personalpolitik och efterföljande personalombyten. Detta syntes komma väl till pass för studiens syfte då ett sämre arbetsklimat förmodas ha ett samband med användande av sociala media. Kontakt togs per telefon med chefen för organisationens IT-avdelning och efter samtal och grundläggande information om studien och om studiens författare, etiska ställningstaganden, samt om Blekinge tekniska högskola, accepterade han förfrågan om att få distribuera enkäten till en av hans avdelningar.

En webbaserad enkät (bilaga 2) utvecklades då för att söka fånga in kunskapsarbetares upplevelse av arbetsklimat och dess eventuella inverkan på deras användande av sociala media i arbetsrelaterat syfte. Enkätens frågor sammanställdes digitalt på webben. När enkäten var klar för publicering skickades en länk till enkäten ut till två objektiva, oberoende granskare för test och kontroll av frågor, tidsåtgång och funktion. Digitalt format av enkäten valdes framför pappersformat då chefen för den deltagande organisationen önskade det, vilket senare även förenklade både distribuering och insamling.

Efter feedback från granskarna och några mindre justeringar av ordval, togs åter kontakt med chefen för organisationen. Överenskommelse gjordes då att länken till enkäten, som visade sig ta cirka 10 minuter, samt medföljande instruktioner skulle skickas till chefen som i sin tur vidarebefordrade länken till sina anställda på den berörda avdelningen. Efter uppföljande samtal, två dagar senare, till chefen ifråga erhöles information om att han valt att skicka ut den till två avdelningar istället för den överenskomna då han ansåg att det kunde

vara intressant att ta del av resultatet även för denna avdelning. Enkäten fanns tillgänglig under två veckor. Vid genomgång av svarsfrekvens i mitten av vecka två, skickades en påminnelse ut till chefen som vidarebefordrade även denna. Efter avslutad undersökning önskades dock fler svar för att få bättre tillförlitlighet i studien och ytterligare samtal skedde med samma chef som godkände att skicka ut den till ytterligare en avdelning. För avdelning tre låg enkäten endast ute en vecka, med påminnelse skickad en dag innan enkäten avslutades och stängdes.

Dataanalys

Inom arbetsklimat var vissa variabler negativt framställda vilket krävde spegelvändning av datan innan analyser kunde genomföras. Därefter skapades indexvariabler över datan inom arbetsklimat. En indexvariabel är en variabel som består av en sammanslagning av flera variabler, där varje respondent får ett medelvärde utifrån alla sina svar på de frågorna som ingår i kategorin som indexvariabeln utgår från (Cohen et al., 2007). För att en indexvariabel ska kunna skapas utifrån kategorier måste data som ska ingå kunna knytas an till varandra, både innehållsmässigt och statistiskt. Innehållsmässigt kopplades data ihop visuellt och utifrån den tidigare forskning studien grundar sig på. För att kontrollera hur homogeniteten i kategorierna inom arbetsklimat förhöll sig statistiskt användes testet Cronbach's alpha. Testet visade att alla kategorierna låg över Cronbach's alpha .6, vilket de bör göra för att kunna räknas som homogena (Cohen et al., 2007).

Utifrån framtagna indexvariabler i arbetsklimat analyserades datan för att söka eventuella samband mellan användandet av sociala media och arbetsklimat. Då datans skalform var ordinaldata genomfördes analyserna i ett första steg genom ett two-tailed Spearmans korrelationstest med en alfanivå på 5% ($\alpha = .05$). Därefter plockades de, som visade signifikanta korrelationer ut och plottades för att underlätta tolkningen av eventuella samband, för att sedan korreleras på variabelnivå. Detta för att kontrollera hur sambanden såg ut och att inte någon variabel visade missvisande eller avvikande värden mot övriga (Borg & Westerlund, 2006, Cohen et al., 2007). Slutligen genomfördes partiell korrelationsanalys för att söka reda på om eventuella bakomliggande demografiska variabler påverkade utfallet.

Avslutningsvis genomfördes ett Mann-Whitney U-test för att kontrollera eventuella skillnader mellan kunskapssyn samt relationen anställda har offline med sina kollegor och hur och när de väljer att ta hjälp genom sociala media och hur och när de väljer att ta hjälp offline av sina kollegor.

Etiska ställningstaganden

Vetenskapsrådet (2002) har utformat fyra etiska principer (*Informationskravet*, *Samtyckeskravet*, *Konfidentialitetskravet* och *Nyttjandekravet*) som gäller för svensk forskning, för att förebygga eller förhindra eventuella olägenheter eller belastning för deltagarna, samt för att öka forskningens trovärdighet (se bland annat Bryman, 2007).

Tillsammans med länken till studien bifogades kort information om studiens syfte, antal frågor, förväntad tidsåtgång, anonymitet, frivilligheten för deltagande och möjligheten att när som helst avbryta studien samt viss bakgrundsinformation om författaren och den utbildning studien är en del av (bilaga 1). Dessutom, för de som valde att klicka på länken och svara på frågorna, fanns samma information i en första informationsruta på enkäten. På enkäten (bilaga 2) och i mailet med inbjudan till deltagande i undersökningen fanns även kontaktinformation om eventuella frågor skulle uppstå före, under eller efter ifyllnad av enkäten. Den data och information som samlats in har, i enlighet med Vetenskapsrådet (2002), endast använts för forskningsändamål. Deltagarna kommer dock att få ta del av den färdiga uppsatsen om de så önskar.

Resultat

Studien visade att så många som 23 stycken (85.2%) av deltagarna i studien, oftast använder sig av sociala media dagligen, i och för arbetet, medan 4 stycken (14.8%) använder sociala media mer sällan.

Indexvariablerna (engagemang, autonomi, ledarskap, gruppsammanhållning inom grupp, gruppsammanhållning mellan grupper, innovation, dynamik, organisatoriskt ansvar, belöning, kommunikation och arbetsbeskrivning) korrelerades med variabler för användande av sociala media i arbetsrelaterat syfte för att söka eventuella samband. Resultatet visade att ledarskap har flera negativa samband med användande av sociala media (förkortat SM i tabellerna) i arbetet, att anställda vänder sig till sociala media i första hand och att de därigenom upplever sig kunna få hjälp och råd (se tabell 1). Utöver kopplingen till ledarskap, visar resultatet i tabellen även att anställda dagligen använder sig av sociala media för att få råd och hjälp i arbetsrelaterade situationer, upplevelse av att ha många kontakter via sociala media och att få bättre hjälp via dessa kontakter än via sina kollegor. Det verkar även finnas ett samband mellan de som spenderar tid på och söker hjälp och råd via sociala media och upplevelse att relationen med kollegorna som inte är en del av sociala media har blivit sämre, samt att relationen med de kollegor som är en del av sociala media har blivit bättre.

Tabell 1. *Spearman's korrelationstest mellan ledarskap och användande av sociala media*

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ledarskap (1)	p (rho)										
	<i>p</i>										
Vid behov av hjälp, frågar helst via SM först (2)	p (rho)	-.58									
	<i>p</i>	.002									
Relationen med kollegor via SM har blivit bättre (3)	p (rho)	-.51	.77								
	<i>p</i>	.006	.000								
Får arbetsrelaterad hjälp via SM vid behov (4)	p (rho)	-.54	.55	.59							
	<i>p</i>	.004	.003	.001							
Har många kontakter via SM som hjälper (5)	p (rho)	-.54	.71	.85	.65						
	<i>p</i>	.003	.000	.000	.000						
Får bättre hjälp via SM än offline (6)	p (rho)	-.63	.72	.68	.68	.77					
	<i>p</i>	.000	.000	.000	.000	.000					
Relationer med kollegor offline har blivit sämre (7)	p (rho)	-.72	.55	.63	.53	.46	.63				
	<i>p</i>	.000	.003	.000	.005	.016	.000				
Använder dagligen SM i arbetsrelaterat syfte (8)	p (rho)	-.60	.88	.86	.61	.75	.62	.66			
	<i>p</i>	.001	.000	.000	.001	.000	.001	.000			
Förväntar mig svar direkt på frågor ställda via SM (9)	p (rho)	-.68	.62	.67	.60	.78	.69	.55	.62		
	<i>p</i>	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.003	.001		
Använder SM för att få hjälp och råd i arbetet (10)	p (rho)	-.54	.83	.82	.58	.78	.71	.57	.80	.70	
	<i>p</i>	.004	.000	.000	.001	.000	.000	.002	.000	.000	

Förutom ledarskap verkade grupsammanhållning inom team ha samband med bra relationer offline med kollegor ($r = .53, p < .018$), bekväm med att fråga kollegor om hjälp offline ($r = .48, p = .01$), helst frågar kollegor offline först vid behov av hjälp ($r = .51, p = .007$) samt korrelerade negativt med förväntan av svar direkt vid frågor via sociala media ($r = -.50, p = .008$). Därutöver visade resultatet negativ korrelation mellan användning av sociala media och bra relationer offline med kollegor ($r = -.55, p = .003$).

Engagemang korrelerade negativt med förväntan på direkta svar vid ställandet av frågor i arbetsrelaterade syften ($r = -.62, p = .001$). Korrelation fanns även mellan om anställda gärna delar med sig av kunskap, tar de gärna emot kunskap ($r = .71, p < .001$) men däremot verkade det inte finnas något samband mellan hur anställda ser på att dela med sig av kunskap samt att de tar hjälp för att lösa arbetsrelaterade problem ($r = .19, p > .33$). Dessutom hittades inga signifikanta korrelationer mellan varken kommunikation ($r = -.17, p = .41$) eller innovation ($r = -.10, p > .63$) och användande av sociala media i arbetet. Däremot visade autonomi ett negativt samband med en upplevelse av att relationen med kollegorna som även finns online har blivit bättre ($r = -.59, p = .001$) men inget samband alls med att relationen med kollegor offline, som ej är tillgängliga via sociala media, har blivit sämre ($r = -.20, p = .33$). Arbetsbeskrivning korrelerade negativt med att anställda förväntar sig svar direkt på frågor ställda via sociala media ($r = -.54, p = .001$) och att de har många kontakter via sociala media som hjälper dem vid problem ($r = -.53, p = .005$). Dock fanns det inget signifikant samband mellan arbetsbeskrivning och att se sociala media som ett stöd i arbetet ($r = -.29, p = .15$).

Förutom korrelation och scatter-plot mellan indexvariabler för arbetsklimat och sociala media kontrollerades de resultat som visade signifikanta resultat på variabelnivå även för arbetsklimat, dock hittades inga stora avvikande resultat utan endast mindre fluktuerande variationer.

Partiell korrelationsanalys utfördes för att söka reda på om eventuella bakomliggande demografiska variabler påverkade utfallet. Resultatet av analysen pekade på att ålder verkar ha viss inverkan på sambanden mellan användande av sociala media i arbetet ($r = .44, p = .023$) samt om nätverkande med kollegor via sociala media är en hjälp i arbetet ($r = -.30, p = .038$). Medan ålder och antal år i yrket hade inverkan på sambandet mellan ledarskap och att sociala media ses som en viktig del för arbetsutförandet ($r = -.39, p = .051$).

Ett Mann-Whitney U-test genomfördes och resultatet visade (se tabell 2), att i enlighet med studiens hypotes (H3) verkar det finnas en signifikant skillnad mellan upplevelse av relationen med kollegor och om anställda väljer att ta hjälp offline via kollegor eller online, via sociala media. Dessutom visade resultatet att det även finns en skillnad mellan upplevelse av relationen med kollegor och användande av sociala media för att få hjälp och råd. Däremot, vilket tabellen även visar, hittades inga signifikanta skillnader mellan hur anställda uppfattar relationen mellan sina kollegor och upplevelsen av att få bättre hjälp via sociala media.

Tabell 2. *Mann-Whitney U-test för upplevda relationer offline och användande av sociala media*

	Tar hjälp offline	Tar hjälp via SM	Använder SM för hjälp och råd	Får bättre hjälp via SM	SM är ett stöd i arbetet
<i>Mann-Whitney U</i>	18.500	3.500	5.000	36.500	30.000
<i>Mean rank</i>					
Har en bra relation	13.77	8.23	8.33	10.43	10.00
Har inte en bra relation	6.64	18.50	18.29	13.79	14.71
<i>Sum of ranks</i>					
Har en bra relation	206.50	123.50	125.00	156.50	150.00
Har inte en bra relation	46.50	129.50	128.00	96.50	103.00
<i>Z</i>	-2.55	-3.62	-3.45	-1.17	-1.642
<i>p</i>	.011	.000	.001	-.267	.101

Någon signifikant skillnad fanns heller inte att finna för studiens hypotes (H2), det vill säga mellan kunskapssyn och vart anställda väljer att söka sin egen kunskap ($p > .05$).

Sammanfattningsvis visade resultatet från testerna att den insamlade datan ger stöd för hypoteserna 1 och 3 vad gäller samband mellan upplevelse av psykologiskt arbetsklimat och användande av sociala media (H1) samt skillnader mellan upplevelser av relationer till kollegor offline och användande av sociala media (H3). Däremot hittades inga signifikanta resultat som kunde stödja hypotes 2, hur anställda, beroende på hur de ser på kunskap tar stöd från relationer online respektive offline (H2), vilken därmed får förkastas.

Diskussion

Studien uppvisade inga belägg för anställdas kunskapssyn relaterat till vart de väljer att ta stöd i arbetet. Däremot pekade resultatet tydligt på att anställda verkar använda sig av sociala media i arbetet om arbetsklimatet inte upplevs som positivt eller om relationerna till kollegorna upplevs som mindre tillfredsställande och renderar därmed stöd för två av studiens tre hypoteser. Resultatet från studien bringar därmed stöd för och förtydligar, såväl som till viss del även utökar tidigare forskningsresultat inom området.

Studiens resultat i relation till dess syfte, visade att det större flertalet anställda, som deltog i studien, ofta använder sociala media dagligen för att få hjälp och råd i arbetsrelaterade situationer. Men trots att flertalet verkar ha många kontakter och ofta använda sig av sociala media för råd och hjälp i arbetet, hittades inga signifikanta samband mellan arbetsklimat och upplevelsen av sociala media som ett stöd i arbetet. Detta kan eventuellt bero

på att anställda inte upplever sociala media som ett stöd eller ens vill ha stöd genom sociala media på grund av att det ses som opersonligt och/eller inte vill lämna ut sig och/eller organisationen offentligt och därmed heller inte upplever sig söka stöd därigenom. Sociala media kanske därför, i dagsläget, till största delen bör ses som en portal för rådfrågning, informations- och kunskapshämtning och/eller utbyte.

Dock kan detta komma att ändra sig i framtiden då resultatet, i likhet med Holtshouse (2010) forskning, visade att ålder verkar ha betydelse för användandet av sociala media i arbetet, samt om anställda upplever nätverkande med kollegor via sociala media som hjälp och stöd i arbetet. Desto yngre de anställda var desto mer nyttjades och upplevdes sociala media vara till hjälp, vilket egentligen inte är förvånande då sociala media idag räknas som en naturlig del av livet för de som nu växer upp, samt att yngre (18-30 år) har en annan attityd mot sociala media till skillnad mot de lite äldre (Holtshouse, 2010; Rainer & Cegielski, 2011; Schneckenberg, 2010). Användande av teknologi kan även bero på till vilken grad användarna anser att teknologin (exempelvis sociala media) är bättre att använda sig av än andra metoder. Om teknologin exempelvis möjliggör effektivare, enklare eller snabbare sätt att få hjälp är det mycket troligt att användarna kommer att använda sig av den teknologin i ökande utsträckning (Lee, Cheung & Chen, 2005). Detta kan därigenom innebära att synen på sociala media som metod för interagering, kunskapshämtning och stöttning kan komma att förändras, eftersom det, enligt Lee et al. (2005), till stor del verkar handla om hur användarna anser och upplever teknologin som ett hjälpmedel eller inte. Utöver detta bör det uppmärksammas att forskning visar att olika individer engagerar sig i olika möjligheter för lärande (Johnsson & Boud, 2010). Vilket kan vara ytterligare en förklaring till att resultatet visade olika användarmönster.

Någon skillnad mellan hur anställda ser på kunskap och hur och när de tar stöd från relationer offline och/eller online hittades inte och därmed hittades heller inget stöd för studiens hypotes H2, som till följd därav, för denna studie, får förkastas. Detta behöver visserligen inte betyda att inga skillnader finns, utan ytterligare forskning behövs för att helt kunna utesluta eventuella skillnader. Särskilt då resultatet beror på de anställdas individuella upplevelser och självskattningar vilket kan ge olika resultat beroende på förhållandet mellan individen och situationen (D'Amato & Zijlstra, 2008), men även på tidigare erfarenheter (James & James, 1989).

Upplevt psykologiskt arbetsklimat korrelerade negativt med användande av sociala media på många punkter, bland annat hittades flera negativa samband mellan ledarskap, autonomi, gruppsammanhållning och arbetsbeskrivning och användande av sociala media i

arbetet, att anställda vänder sig till sociala media i första hand och att de därigenom upplever sig kunna få hjälp och råd. Resultatet tyder följaktligen på att det verkar finnas ett samband mellan upplevelse av psykologiskt arbetsklimat och användande av sociala media i arbetet, vilket i sin tur stödjer studiens syfte och hypotes H1. Dock kan det finnas olika förklaringar till varför anställda söker sig utanför arbetets domäner när arbetsklimatet inte uppfattas som tillfredsställande.

Dels kan det bero på att vid ett icke tillfredsställande arbetsklimat minskar engagemanget och de anställda söker sig då naturligt till andra individer de vet är engagerade och som förverkligar sina strategier (Cowardin-Lee & Soyalp, 2011). Att de därigenom aktivt väljer ett annat forum för att få råd och hjälp för att kunna utföra sitt arbete. Men då psykologiskt arbetsklimat även kan ses som en indikator på hur väl organisationen nyttjar den fulla potentialen hos sina anställda (Meeusen et al., 2011), samt att psykologiskt arbetsklimat är kritiskt för arbetsresultatet (Eisele & D'Amato, 2011), kan det även betyda att anställda söker sig till andra aktiviteter istället för att engagera sig i sitt arbete. I och med att ett icke tillfredsställande arbetsklimat kan leda till minskat engagemang och delaktighet hos de anställda (Brown & Leigh, 1996; Kahn, 1990). Emellertid hittades inga samband mellan engagemang och användande av sociala media i denna studie, vilket innebär att en troligare förklaring för att de anställda faktiskt använder sig av sociala media i ökad grad vid ett icke tillfredsställande arbetsklimat är för att få råd och hjälp i sitt arbete. Detta resultat står dock i kontrast till Zhous et al. (2009) resultat, som pekar på att anställda inte har något behov av att kommunicera om arbetet med andra individer utanför organisationen.

Resultatet visade även, i enlighet med hypotesen H3, att anställda med bra relationer till sina kollegor offline mer sällan söker hjälp online. Detta till skillnad mot de anställda som inte upplever sig ha bra relationer offline till sina kollegor vilka, i större utsträckning, söker hjälp online från andra kontakter utanför arbetet.

Kanske kan det vara så att ett psykologiskt arbetsklimat som upplevs som tryggt och tillfredsställande kan leda till att de anställda hellre lyfter frågor, idéer och funderingar mellan varandra än att ta hjälp utifrån. Vilket kan kopplas till Eisele och D'Amatos (2011) studie om hur både individuella och kontextuella faktorer har inverkan på organisationens framgång och utveckling. I ytterligare ett steg kan även Zhous et al., (2009) resultat om hög och låg konformitet vara relevant då människor med hög konformitet inte är troliga att söka upp ny kunskap via svaga band, vilket exempelvis skulle kunna vara människor utanför organisationen. Detta skulle då i enlighet med bland annat Aime et al. (2011), Baer (2010)

samt Ibarra och Andrews (1993) forskning om sociala band, betyda minskande möjligheter till ny information för bättre innovation, nytänkande och kreativitet bland de anställda.

Dock visade resultatet, utöver studiens syfte, att anställda, som dagligen använde sig av många kontakter via sociala media för råd och hjälp, upplevde sig få bättre råd och hjälp av dessa kontakter än av sina kollegor offline. Trots detta visar resultatet förvånande nog inga som helst samband mellan varken kommunikation eller innovation och användning av sociala media i arbetet. Detta kan visserligen bero på att anställda kanske inte efterfrågar, för organisationen, ny information eller kunskap, då det är möjligt att den information som efterfrågas redan finns bland existerande kollegor men att de trots det väljer att fråga via sociala media om relationerna mellan kollegorna inte upplevs som bra. Dock verkar ytterligare och klargörande forskning behövas inom området för att reda ut och förtydliga eventuella samband mellan exempelvis innovation och användande av sociala media i arbetet.

Ytterligare intressanta resultat var, i likhet med Holtshouses (2010) forskning, att kollegor offline används och upplevs som det viktigaste stödet vid rådfrågning och hjälp i arbetsrelaterade situationer, men detta till trots ses ändå sociala media som viktigt för rådfrågning. Många verkar vända sig till sina kollegor men även andra kontakter via sociala media för att söka ytterligare eller bekräftande råd i förhållande till sina arbeten.

Datan visade även flera samband mellan upplevt arbetsklimat och användande av sociala media och att relationerna mellan de som använder sig av sociala media har blivit bättre. Detta styrker både He et al., (2009) och Bergs (2012) resultat om att relationer kan skapas och förbättras genom användande av bland annat sociala media, att relationer offline och online kompletterar varandra, samt att människor som engagerar sig i sociala media stärker sina sociala relationer offline.

Metoddiskussion

Studien i sin helhet har flera brister, för även om studien visade signifikanta resultat bestod undersökningsdeltagarna enbart av system- och datatekniker på en kommun i Mellansverige. Därför bör stor försiktighet intas inför att göra generaliseringar mot hela populationen i alla kontexter, utan snarare bara mot det stickprov som genomförts samt eventuellt systemtekniker som grupp i liknande kontexter. Vilket innebär att en generalisering inte bör göras utöver denna specifika yrkeskategori. Observationerna är från en enda organisation och omfattningen av hur de är representativa generellt för organisationer eller ens generellt för serviceorganisationer (så som kommuner), kan endast fastställas i ljuset av andra forskares arbeten.

En av huvudbristerna i studien är att den bygger på en självskattad design, vilket kan innebära snedvridning av resultatet på grund av olika individuella uppfattningar, samt även eventuell partiskhet och således överdrivna relationer mellan variablerna (Cohen et al., 2007). Dessutom, då enkäten enbart fylldes i vid ett tillfälle per person kan väder, humör och andra bakomliggande orsaker ha betydelse för det resultat som erhållits, då arbetsklimat utgår från den tolkning som individen ger det (Coyle-Shapiro et al., 2004). Det är därmed möjligt att få ett helt annat resultat vid ett helt annat undersökningstillfälle, vilket har inverkan på studiens reliabilitet. Detta, tillsammans med studiens utformning, får som följd att inga kausala slutsatser kan dras från resultatet utan vidare forskning krävs för att kunna visa på både kausalitet och replikerbarhet.

Ytterligare en begränsning för studien handlar om att antalet deltagare var få ($N = 27$), detta är särskilt viktigt när det gäller korrelationsstudier, då färre deltagare betyder att mindre tilltro kan sättas till resultatet (Cohen et al., 2007). För att få ett mer tillförlitligt resultat bör deltagarantalet således ökas. En sista begränsning handlar om att det var svårt att finna tidigare forskning inom området användande av sociala media i arbetet. Detta kan bero på att det är, i jämförelse med exempelvis arbetsklimat, ett ganska nytt område och mer forskning behövs för att kunna uttrycka några klara antydningar, både vad gäller resultatet samt även efterföljande implikationer i arbetslivet.

Utöver dessa begränsningar ska studiens resultat betraktas med viss försiktighet då det bygger på korrelationer. Att data korrelerar med varandra behöver inte betyda att det finns ett samband. Korrelationen kan bero på slumpen, men den kan även uppstå på grund av en tredje variabel, som då är den egentliga orsaken till resultatet, vilket betyder att det inte finns något egentligt samband att tala om (se exempelvis Cohen et al., 2007). Det vill säga att även fast resultatet visar på samband mellan arbetsklimat och användande av sociala media behöver detta inte nödvändigtvis betyda att det är den enda eller mest väsentliga faktorn för att detta samband ens existerar. Trots dessa begränsningar kan studiens resultat ändå ge en indikation på hur anställda kunskapsarbetare i serviceorganisationer använder sociala media i och för sitt arbete då flertalet av indexvariablerna för arbetsklimat korrelerade negativt med anställdas användande av sociala media i arbetet.

I efterhand skulle en uppdelning av de tre avdelningarna varit intressant för att kunna göra jämförelser mellan dem. Men då studien startade var det bara en avdelning som var aktuell vilket gjorde att denna uppdelning inte fanns med som demografisk fråga i enkäten.

Slutsats

Studiens syfte var att undersöka om anställda använder sig av sociala media i arbetet om arbetsklimatet inte upplevs som positivt, samt om sociala media används, hur anställda då uppfattar sociala media som en möjlighet till hjälp och stöd i arbetet. Resultatet bringar till viss del stöd för studiens syfte då det tyder på att det verkar finnas ett samband mellan anställdas upplevda arbetsklimat inom kunskapsintensiv verksamhet och deras användande av sociala media i arbetet. Emellertid indikerar även resultatet att det är beroende av hur väl relationerna mellan de anställda fungerar, eller upplevs fungera, som är avgörande för vart de vänder sig för att få hjälp i sitt arbete. På arbetsplatsen verkar sociala relationer offline fortfarande värderas högre och användas i större utsträckning än sociala media för hjälp och råd i arbetet, men bara så länge arbetsklimatet tillåter det. När relationerna offline, utanför sociala media, upplevs som goda användes sociala media i mindre utsträckning än om relationerna med arbetskamraterna inte upplevdes som goda eller tillfredsställande. Dock ansågs inte sociala media utgöra ett stöd i arbetet, trots att det användes för att söka hjälp och råd, i och för arbetsrelaterade situationer. Istället upplevdes sociala media mer som en möjlig väg för hjälp, rådfrågning och kunskapsutbyte med andra människor.

Resultatet stödjer därmed två av studiens tre hypoteser. Någon skillnad vad gäller anställdas kunskapssyn och deras användande av sociala media hittades dock inte, däremot styrker studien tidigare forskning genom att ge ytterligare stöd för att relationer offline och online kompletterar varandra och kan förbättras, även genom användande av sociala media i arbetet. Sociala media kan således ses som en alternativ möjlighet för de anställda, för att kunna söka kunskap och information samt för att få hjälp och råd i arbetet när det psykologiska arbetsklimatet samt relationerna mellan kollegorna inte upplevs som positivt.

Resultaten från studien således både bekräftar, klargör och utökar tidigare forskning inom arbetsklimat samt till viss del stärker viss forskning inom sociala media men lyfter samtidigt upp vikten av behovet av mer forskning inom anställdas användande av sociala media i arbetsrelaterade kontexter.

Framtida forskning

Då studien endast genomfördes vid ett tillfälle kan resultatet inte visa några kausala riktningar. Frågan kvarstår således om ett psykologiskt arbetsklimat som inte upplevs som positivt orsakar ökat användande av sociala media eller om ökad användning av sociala media orsakar en mindre positiv upplevelse av det psykologiska arbetsklimatet. För att klargöra

eventuella kausala samband krävs en longitudinell studie, där orsak och verkan kan studeras under en längre tid.

Utökad forskning skulle behövas inom området, dels för att klargöra om kreativitet och sociala media har något samband samt i så fall hur sambandet ser ut, dels då resultatet står i kontrast till Zhous et al. (2009) resultat om att individer inte kommunicerar om arbetsrelaterade problem utanför organisationen. Dessutom grundar sig denna studie endast på tre avdelningar i en organisation, vilket innebär att det är viktigt att följa upp resultatet med forskning inom andra organisationer och yrkesområden samt att utöka deltagarantalet för att få större tillförlitlighet till resultatet och för att kunna göra eventuella generaliseringar.

Ytterligare områden för framtida forskning att fokusera på kan vara hur nätverkande med arbetskamrater via sociala media inverkar på trivsel på arbetsplatsen, samt att då studiens resultat visade skillnad vad gäller ålder och användande av sociala media kan det även vara av vikt att studera vidare hur unga använder sig av, förhåller sig till och söker upp kunskap idag.

Referenser

- Aime, F., Van Dyne, L., & Petrenko, O. V. (2011). Role innovation through employee social networks: The embedded nature of roles and their effect on job satisfaction and career success. *Organizational Psychology Review, 1*(4), 339-361.
- Babushkina, Y.V. (2010). Using Web 2.0 for the information support of employees: The promise of Web 2.0. *Scientific and Technical Information Processing, 38*(1), 38-40.
- Baer, M. (2010). The strength-of-weak-ties perspective on creativity: A comprehensive examination and extension. *Journal of Applied Psychology, 95*(3), 592-601.
- Batinic, B., & Göritz, A. S. (2009). How does social psychology deal with new media? *Social Psychology, 40*(1), 3-5
- Berg, M. (2012). Checking in at the urban playground: Digital geographies and electronic flâneurs. In F. Comunello (Ed.), *Networked sociability and individualism: Technology for personal and professional relationships*. Hershey: IGI Global.
- Bijlsma-Frankema, K., Rosendaal, B., & Taminau, Y. (2006). Acting on friction: Learning blocks and flows in knowledge intensive organizations. *Journal of European Industrial Training, 30*(4), 291-309.
- Bjereld, U., Demker, M., & Hinnefors, J. (2009) *Varför vetenskap? Om vikten av problem och teori i forskningsprocessen* (3 uppl.). Lund: Studentlitteratur AB.
- Borg, E. & Westerlund, J. (2006). *Statistik för beteendevetare* (2. uppl.). Stockholm: Liber AB.
- Boud, D. J., & Garrick, J. (1999). Understandings of Workplace Learning. In D. J. Boud, & J. Garrick (Ed), *Understandings of workplace learning* (pp. 1-11). London: Routledge.
- Brown, J. S., & Adler, R. P. (2008). Minds on fire: Open education, the long tail, and learning 2.0. *Educause Review, 43*(1), 16-32.
- Brown, S. P., & Leigh, T. W. (1996). A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance. *Journal of Applied Psychology, 81*(3) 58 – 368.
- Bryman, A. (2007). *Samhällsvetenskapliga metoder* (2 uppl.) (B. Nilsson, övers.). Malmö: Liber AB (originalarbete publicerat 2002).
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford, NY: Oxford University Press.
- Coetzer, A. (2007). Employee perceptions of their workplace as learning environments. *Journal of Workplace Learning, 19*(7) 417-434.
- Cohen, L., Minion, L., & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education* (6th ed). London: Taylor & Francis Group LTD.
- Cowardin-Lee, N., & Soyalp, N. (2011). Improving organizational workflow with social network analysis and employee engagement constructs. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research, 63*(4), 272-283.
- Coyle-Shapiro, J., Kessler, I., & Purcell, J. (2004). Exploring Organizationally Directed Citizenship Behaviour: Reciprocity or 'It's my Job'? *Journal of Management Studies, 41*(1), 85-106.
- D'Amato, A., & Majer, V. (2005). L'M_DOQ10, *Il questionario multi-dimensionale per la diagnosi del Clima Organizzativo* [The multidimensional questionnaire for the organizational climate analysis]. Firenze, Italy: Organizzazioni Speciali.

- D'Amato, A., & Zijlstra, D. (2008). Psychological climate and individual factors as antecedents of work outcomes. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 17*, 33-54.
- Eisele, P., & D'Amato, A. (2011). Psychological climate and its relation to work performance and well-being: The mediating role of Organizational Citizenship Behavior (OCB). *Baltic Journal of Psychology, 12*(1), 4-21.
- Granitz, N., & Koernig, S. K. (2011). Web 2.0 and marketing education: Explanations and experiential applications. *Journal of Marketing Education, 33*(1), 57-72.
- Guile, D. (2006). What is distinctive about the knowledge economy? Implications for education. In Lauder, H., Brown, P., Dillabough, J.A. & Halsey, A. H. (Ed.), *Education, globalization and social change*. Oxford: OUP.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology, 78*(6), 1360–1380.
- Hansen, M. T. (1999). The search–transfer problem: The role of weak ties in sharing knowledge across organization sub-units. *Administrative Science Quarterly, 44*, 82–111.
- He, W., Qiao, Q., & Wei, K.K. (2009). Social relationship and its role in knowledge management systems usage. *Information & Management 46*, 175-180
- Holtshouse, D. (2010). Knowledge work 2020: Thinking ahead about knowledge work. *On the Horizon, 18*(3), 193-203.
- Ibarra, H., & Andrews, S. B. (1993). Power, influence, and sense making. *Administrative Science Quarterly, 38*, 277–303.
- James, L.R., Hater, J.J., Gent, M.J., & Bruni, J.R (1978). Psychological climate: Implications from cognitive social learning theory and interactional psychology. *Personnel Psychology, 31*, 783-813.
- James, L. A., & James, L. R. (1989). Integrating work environment perceptions: Explorations into the measurement of meaning. *Journal of Applied Psychology, 74*, 739-751.
- Johnsson, M. C., & Boud, D. (2010). Towards an emergent view of learning work. *International Journal of LifeLong Education, 29* (3). 359-372.
- Jones, A. P., & James, L. R. (1979). Psychological climate: Dimensions and relationships of individual and aggregated work environment perceptions. *Organizational Behavior and Human Performance, 23*, 201-250.
- Kahn, W.A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal, 33*, 692-724.
- Lee, M. K. O., Cheung, C. M. K., & Chen, Z. (2005). Acceptance of Internet-based learning medium: The role of extrinsic and intrinsic motivation. *Information & Management, 42*, 1095-1104.
- Lehesvirta, T. (2004). Learning processes in a work organization. From individual to collective and/or vice versa? *Journal of Workplace Learning*. Vol. 16 No. 1/2, ss. 92-100.
- Levin, D. Z., & Cross, R. (2004). The strength of weak ties you can trust: the mediating role of trust in effective knowledge transfer. *Management Science, 50*(11), 1477–1490.
- Lewin, K. (1936). *Principles of topological psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Li, T., Greenberg, B. A., & Nicholls, J. A. F. (2007). Teaching experiential learning: Adoption of an innovative course in an MBA marketing curriculum. *Journal of Marketing Education, 29*(1), 25-34.
- McKenna, K.Y.A., & Bargh, J.A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review, 4*(1), 57–75.

- Meeusen, V.C.H., van Dam, K., Brown-Mahoney, C., van Zundert, A.A.J., & Knape, H.T.A. (2011). Work climate related to job satisfaction among dutch nurse anesthetists. *AANA Journal*, 79(1), 63-70.
- Parker, C. P., Baltes, B. B., Young, S. A., Huff, J. W., Altmann, R. A., Lacost, H. A., & Roberts, J. E. (2003). Relationships between psychological climate perceptions and work outcomes: A meta-analytic review. *Journal of Organizational Behaviour*, 24, 389-416.
- Perry-Smith, J. E., & Shalley, C. E. (2003). The social side of creativity: A static and dynamic social network perspective. *Academy of Management Review*, 28, 89-106.
- Rainer, R.K., & Cegielski, C.G. (2011). *Introduction to information systems: Enabling and transforming business*. Singapore: John Wiley & sons Pte Ltd.
- Schein, E. H. (2004). *Organizational culture and leadership* (3rd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Schneckenberg, D. (2009). Web 2.0 and the empowerment of the knowledge worker. *Journal of Knowledge Management*, 13(6), 509-520.
- Schneckenberg, D. (2010). Conceptual foundations and strategic approaches for ecompetence. *International Journal of Continuing Engineering Education and Life-Long learning*, 20(3), 290-305.
- Suliman, A.M.T (2001). Is it really a mediating construct? The mediating role of organizational commitment in work climate-performance relationship. *Journal of Management Development*, 21(3), 170-183.
- Svensson, L. (2005). Arbetstagares lärandemiljöer i kunskapsinnovativ verksamhet. [Elektronisk]. *Pedagogisk forskning i Sverige*, Vol. 10 nr 3/4 ss. 195-208. Tillgänglig: <http://www.ped.gu.se/biorn/journal/pedfo/pdf-filer/svensson3.pdf> [2011-12-23].
- Tredinnick, L. (2006). Web 2.0 and Business: A pointer to the intranets of the future? *Business Information Review*, 23(4), 228-234.
- Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer – inom humanistisk samhällsvetenskaplig forskning*. [Elektronisk] Rapport. Stockholm, Vetenskapsrådet. Tillgänglig: http://www.vr.se/download/18.7f7bb63a11eb5b697f3800012802/forskningsetiska_principer_tf_2002.pdf [2011-12-26].
- Violino, B. (2008). Social Networking relevance. *Doc Magazine*, 22(4), 12-15.
- Weaver, A. C., & Morrison, B. B. (2008). Social Networking. *Computer* 41(2), 97-100
- Zhou, J., Shin, S. J., Brass, D. J., Choi, J., & Zhang, Z. X. (2009). Social networks, personal values, and creativity: Evidence for curvilinear and interaction effects. *Journal of Applied Psychology*, 94(6), 1544-1552.
- Zohar, D., & Luria, G. (2004). Climate as a social-cognitive construction of supervisory safety practices: Scripts as proxy of behavior patterns. *Journal of Applied Psychology*, 89, 322-333.

Bilagor

Bilaga 1 – Information om den empiriska undersökningen

Tack för att du ger mig några minuter av din tid och fyller i den här enkäten! Enkäten består av 105 frågor och tar ungefär 10 minuter att fylla i.

Undersökningens syfte är att samla in data om anställdas uppfattning om sitt arbetsklimat i relation till användning av sociala media i arbetsrelaterade syften. De frågor och påståenden du kommer läsa i enkäten har inga rätt eller fel svar utan det är din uppfattning som är viktig. Ditt deltagande är frivilligt och du kan när som helst välja att avbryta undersökningen. Alla svar är anonyma och jag önskar ditt svar senast onsdagen den 3 april 2012 kl. 24.00.

Jag som genomför studien heter Veronica Birbiglia och är student på Blekinge Tekniska Högskola där jag läser sista terminen på Samhällsvetarprogrammet för lärande, utveckling och kommunikation och du kan nå mig via mail på: *studentmail*

Stort tack för din medverkan!

Bilaga 2 - Enkät

Arbetsklimat i relation till användning av sociala media i arbetet

- 1) Ålder
- 2) Kön
- 3) Högsta genomförda utbildning
- 4) Antal år i yrket
- 5) I min organisation får anställda den information de behöver för att kunna fullfölja sina arbetsuppgifter.
- 6) Jag känner till omfånget och begränsningar av mitt ansvar.
- 7) Min roll på avdelningen är inte särskilt väl definierad.
- 8) Min organisation uppmuntrar nya sätt att utföra saker på.
- 9) I min organisation har alla rätt information om organisationens mål och resultat.
- 10) Det är svårt att förstå orsaken bakom löneskillnader inom organisationen.
- 11) I min arbetsgrupp drar vi inte åt samma håll.
- 12) I min arbetsgrupp är atmosfären spänd.
- 13) Det är lätt att diskutera personliga saker med min chef.
- 14) I mitt arbete kan jag utöva frihet under ansvar.
- 15) Inför min chef är det svårt att vara mig själv.
- 16) Det är lätt att prata om personliga problem med min chef.
- 17) I mitt arbete kan jag utföra arbetsuppgifter från början till slut.
- 18) Jag har en vänskaplig relation med min chef.
- 19) Min chef är lyhörd för mina behov av utbildning.
- 20) I min arbetsgrupp förstår vi varandra.
- 21) Andra skulle inte se på vår organisation som modern.
- 22) I min organisation är befordringar ett resultat av kunskap och färdigheter hos de anställda.
- 23) Jag kan öppet uttrycka arbetsrelaterade oenigheter med mina kollegor och ändå komma väl överens med dem.
- 24) Det arbete jag genomför ger mig mycket arbetstillfredsställelse.
- 25) I min arbetsgrupp hjälper vi varandra.
- 26) När engagemang eller färdigheter belönas, används rätt sorts ekonomiska belöningar.
- 27) I min arbetsgrupp håller vi vanligen med varandra.
- 28) I min arbetsgrupp är individuella mål viktigare än gruppens mål.
- 29) Min chef glömmer ofta bort att informera mig om förändringar som gäller mitt arbete.

- 30) I min organisation tillfrågas alltför många människor innan något utförs.
- 31) Anställda på min arbetsplats är uppmuntrade att ta väl avvägda risker för att förbättra sin arbetsprestation.
- 32) I mitt arbete har jag en viss grad av självständighet.
- 33) I min arbetsgrupp finns en hög grad av lagkänsla.
- 34) Min organisation anstränger sig för att anpassa sig till social-politiska förändringar.
- 35) Att ha arbetat för den här organisationen är en bra referens.
- 36) Information håller sig på samma nivå i organisationshierarkin.
- 37) Mitt arbete är spännande.
- 38) I min organisation får anställda inte tillräcklig information om beslut fattade på högre nivå i organisationen.
- 39) Min organisation tror på att ömsesidig hjälp mellan olika arbetsgrupper förbättrar prestationen.
- 40) I min organisation uppmuntras innovativa och kreativa idéer.
- 41) Min organisation ger mig en viss grad av eget ansvar.
- 42) Det är svårt för mig att få extra information från min chef när det behövs.
- 43) Min chef struntar i min personliga utveckling.
- 44) I min organisation cirkulerar information snabbt.
- 45) Min organisation gör det bästa för att introducera nyanställda.
- 46) Min chef tvekar när det gäller att stödja mina krav uppåt i organisationen.
- 47) Funktioner förknippade med min yrkesroll är klart definierade.
- 48) I min organisation får vissa chefer äran av resultat på ett orättfärdigt sätt.
- 49) Ledningen tvekar med att introducera förändringar även när dessa behövs.
- 50) När jag får order att göra något får jag tillräckligt med information för att kunna utföra dessa arbetsuppgifter.
- 51) Min organisation är öppen för samhällsutvecklingen.
- 52) I min arbetsgrupp försöker anställda ta sig fram på andras bekostnad.
- 53) I min organisation uppdaterar ledningen anställda om organisationens utveckling.
- 54) Min chef verkar vara välinformerad men bryr sig inte om att föra informationen vidare till oss.
- 55) I min arbetsgrupp är arbetsklimatet opersonligt och kallt.
- 56) Anställda i min organisation upplever att de har mer viktiga roller utanför arbetet än på arbetet.
- 57) I mitt arbete har jag möjlighet att ta egna initiativ.

- 58) I min organisation är det ofta svårt att få klar och pålitlig information.
- 59) Min organisation har rykte om sig att inte vara särskilt dynamisk.
- 60) Saktfärdiga procedurer saktar ner utförandet av arbetsuppgifter.
- 61) Min roll i organisationen är rutinmässig.
- 62) Mina arbetsuppgifter är klart definierade.
- 63) I min organisation tycker anställda mer om att göra saker utanför sina yrkesroller än inom sin kärnverksamhet.
- 64) I min organisation är belöningssystem klara och rättvisa.
- 65) Det är vanligtvis svårt att veta vart man hittar information.
- 66) Medlemmar i min arbetsgrupp försöker underlätta för nya gruppmedlemmar.
- 67) Jag kan organisera mitt arbete som jag vill bara jag utför arbetsuppgifter i tid.
- 68) I min organisation är fattade beslut snabbt implementerade.
- 69) Kommunikation neråt i hierarkin består ofta av instruktioner.
- 70) I min organisation är anställda tränade så att de kan hantera nya arbetssätt.
- 71) I min organisation får anställda information om hur nya procedurer införs.
- 72) I min organisation hjälper anställda från olika grupper varandra.
- 73) I min organisation kommer anställda från olika grupper bra överens.
- 74) I min organisation har anställda från olika grupper ett personligt intresse för varandra.
- 75) Det finns en hög grad av lagkänsla i olika arbetsgrupper i min organisation.
- 76) Jag upplever att olika arbetsgrupper inom organisationen har mycket gemensamt.
- 77) Min organisation har ett gott anseende utåt.
- 78) I min organisation är anställda uppmuntrade att utveckla nya idéer.
- 79) Min organisation uppmuntrar anställda att förbättra sina metoder.
- 80) Jag delar gärna med mig av information och kunskap till andra.
- 81) Jag tar gärna emot information och kunskap från andra.
- 82) Jag föredrar att ta hjälp av andra människor för att lösa mina arbetsrelaterade problem.
- 83) Jag upplever att jag har bra relationer offline med mina arbetskamrater.
- 84) Jag känner mig bekväm med att fråga mina arbetskamrater om hjälp offline.
- 85) Jag anser att mina arbetskamrater offline är en viktig del för att kunna utföra mitt arbete.
- 86) När jag frågar mina arbetskamrater om hjälp offline förväntar jag mig att få svar direkt.
- 87) När jag behöver hjälp/råd för att lösa ett arbetsrelaterat problem frågar jag helst mina arbetskamrater offline först.
- 88) Jag använder mig av sociala media/-er för att få hjälp/råd i arbetsrelaterade problem.
- 89) När jag behöver hjälp/råd för att lösa ett arbetsrelaterat problem frågar jag helst via

sociala media först.

- 90) Jag nätverkar med flera av mina arbetskamrater via sociala media.
- 91) Att ha mina arbetskamrater via sociala media är en viktig del för att kunna utföra mitt arbete.
- 92) Jag anser att sociala medier är ett stöd i mitt arbete.
- 93) Jag använder sociala medier i arbetsrelaterat syfte.
- 94) Jag anser att jag får arbetsrelaterad hjälp via sociala medier när jag behöver det.
- 95) Jag upplever att nätverkande med mina arbetskamrater via sociala media har hjälpt mig i mitt arbete.
- 96) Jag önskar att flera av mina arbetskamrater var med i sociala media.
- 97) Jag har många kontakter via sociala media som jag har hjälp av i mitt arbete.
- 98) Jag får bättre hjälp online via sociala medier än av mina arbetskamrater offline.
- 99) Relationen med de arbetskamrater jag nätverkar med via sociala medier har blivit bättre.
- 100) Relationen med de arbetskamrater jag inte nätverkar med via sociala medier har blivit sämre.
- 101) Jag känner mig bekväm med att be om arbetsrelaterad hjälp via sociala medier.
- 102) Jag tycker det går lätt att samtala med mina arbetskamrater via sociala media.
- 103) När jag frågar efter arbetsrelaterad hjälp via sociala medier förväntar jag mig att få svar direkt.
- 104) När jag behöver hjälp/råd för att lösa ett arbetsrelaterat problem frågar jag både mina arbetskamrater offline och via sociala media.
- 105) Jag använder mig dagligen av sociala media i arbetsrelaterat syfte.