

Grensen mellom privat og profesjonelt viskes ut på Facebook

I Manpowers undersøkelse Work Life 2011 viser resultatene at privatliv og yrkesliv flyter inn i hverandre. Mange ansatte besøker de private nettverkene i arbeidstiden, medarbeidere legger til sjefen som Facebook-venn og sjefer leter etter informasjon om arbeidssøkende på de private nettverkene i forbindelse med ansettelse.

På Facebook blandes festbilder med seriøse levnetsbeskrivelser – gamle barndomsvenner med sjefer og kunder. Grensen mellom privatliv og yrkesliv viskes ut på de webbaserte sosiale mediene.

Facebook er det dominerende nettverket

Hele 85 % av nordmennene har en profil på det sosiale nettverket **Facebook**. Siden 2008 (da undersøkelsen ble gjennomført for første gang i Sverige) har andelen svensker som oppgir at de har en profil på **Facebook, økt fra 49 % til hele 80 %**. Det nest vanligste nettverket for nordmennene er MSN Messenger der 63 % mener at de er medlemmer.

Det er vanligst (ut fra gjennomsnittet av alle aldrer) å ha mellom 100 og 500 kontakter i nettverkene. Men hele 17 % av 80- og 90-tallerne har faktisk 500 eller flere kontakter i sine webbaserte nettverk.

Facebook er i dag det dominerende sosiale nettverket på weben og det gjelder for samtlige aldersgrupper.

- Blant **80/90-tallerne** er andelen Facebook-brukere hele 94 %
- Også blant middelaldrende og eldre er det en majoritet som har en profil på Facebook: **hele 65 % blant dem som er 40-tallere eller eldre, har en profil**

Hvilke av følgende webbaserte sosiale nettverk er du medlem av?

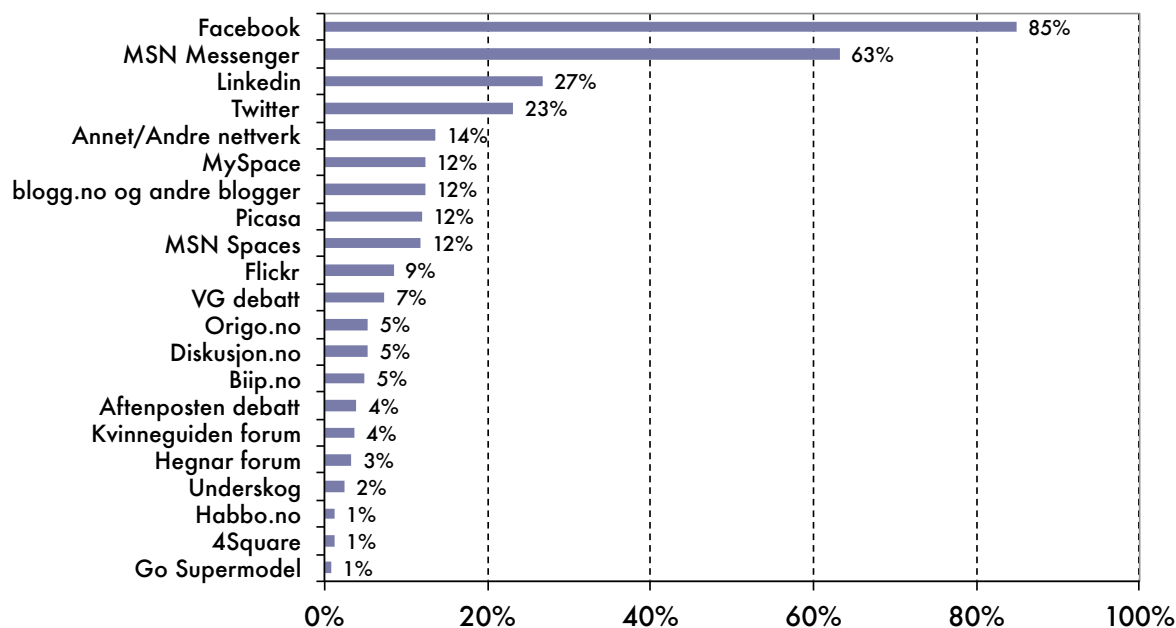


Diagram 1: Hvilke webbaserte nettverk er nordmennene medlemmer av?

Hvilke av følgende webbaserte sosiale nettverk er du medlem av? (Andelen Facebook-medlemmer)

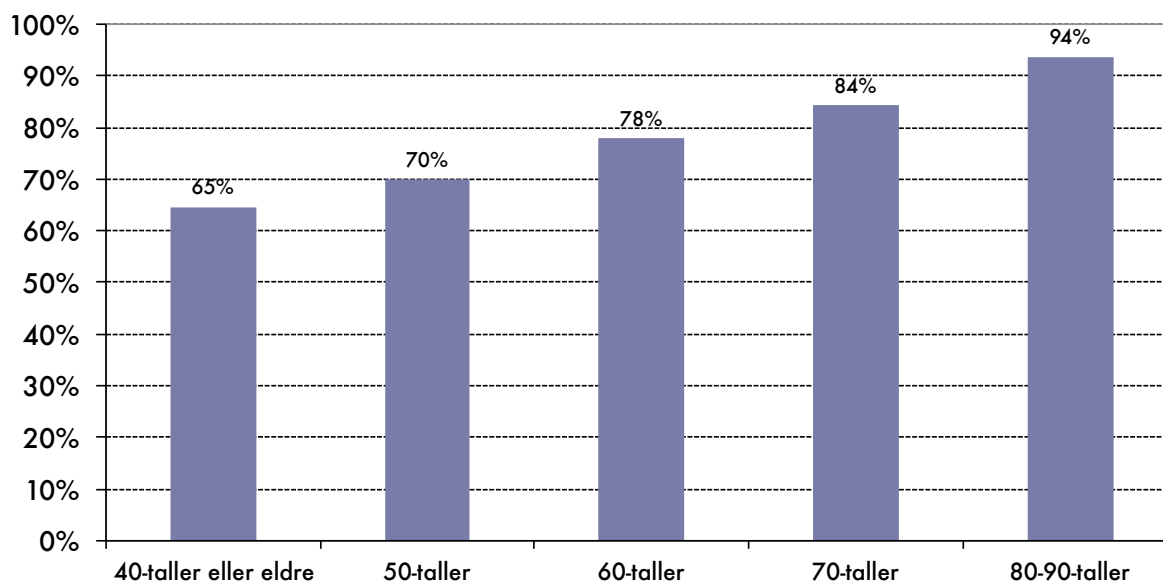


Diagram 2: Andel norske medlemmer på Facebook i ulike aldersgrupper.

Grensene mellom det private og det profesjonelle viskes ut

”Å ta jobben med seg hjem” er et kjent uttrykk. Men det har ikke vært like utbredt å ta med seg fritiden til jobben. I dag er en slik atferd blitt mulig i større grad takket være de sosiale nettverkene og den mobile oppkoblingen.

En tredjedel av de yrkesaktive nordmennene logger inn på sosiale medier i arbeidstiden flere ganger i uken. 19 % gjør det så godt som hver dag og 14 % flere ganger i uken.

Yngre medarbeidere logger inn på sosiale medier mye oftere enn middelaldrende medarbeidere i gjennomsnitt. Dette skyldes naturligvis at de ulike aldergruppene har ulike måter å kommunisere på, men også at unge medarbeidere i større utstrekning arbeider i bransjer der det oppmuntres til bruk av sosiale medier i arbeidstiden. Derimot kan det noteres at de eldste (40-tallerne og eldre) logger inn oftere på sosiale medier i arbeidstid enn 50- og 60-tallerne. Se tabell 1 nedenfor.

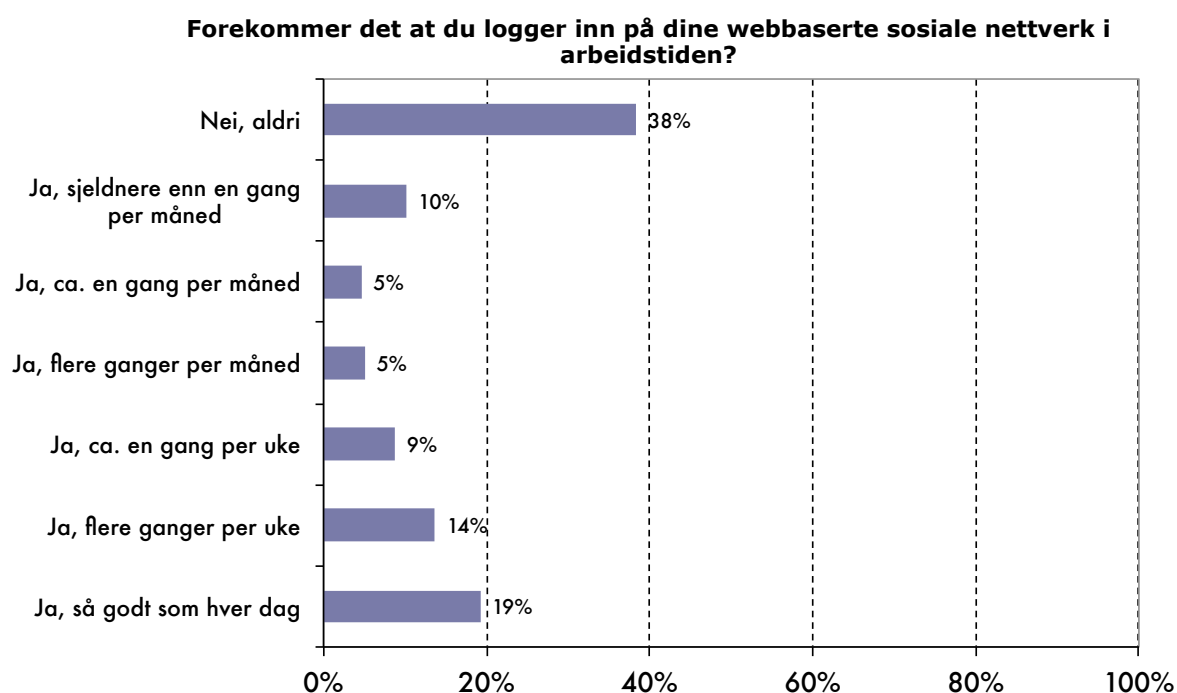


Diagram 3: Hvor vanlig er det å logge inn på sosiale nettverk i arbeidstiden?

Generasjon	Andel som logger inn på sosiale nettverk i arbeidstiden så godt som hver dag eller flere ganger i uken
70-taller	38 %
80-90-taller	36 %
40-taller eller eldre	30 %
60-taller	26 %
50-taller	21 %

Tabell 1: Andel i ulike aldersgrupper som ofte logger inn på Facebook og andre private nettverk i arbeidstiden.

I **informasjons- og teknologiorienterte bransjer**, som ofte har mange unge medarbeidere, er det **vanligst å logge inn ofte på private nettverk i arbeidstiden**.

På topp ligger ansatte innen **media og kultur, reklame og PR** samt innen **IT**. Yrker der man ikke like ofte har tilgang til en datamaskin, f.eks. service/handel/butikk samt helse og omsorg, havner ikke overraskende nederst på listen.

Det er kanskje mest interessant å sammenligne de bransjene der medarbeiderne ofte sitter ved en datamaskin i arbeidstiden, men selv mellom disse bransjene finnes det store forskjeller. Som eksempel kan vi nevne **kontor og administrasjon** der **en tredjedel av de ansatte ofte logger inn i arbeidstiden**, sammenlignet med de **68 % innen media og kultur** og **63 % innen marked/reklame/PR/informasjon** som ofte logger inn i arbeidstiden.

I de bransjene der medarbeiderne logger inn oftest, er det også mest vanlig at slik atferd **oppmuntrer og betraktes som noe positivt** på arbeidsplassen. 24 % av medarbeiderne innen marked/reklame/PR/informasjon mener at arbeidsplassen oppmuntrer medarbeiderne til å logge inn på private nettverk i arbeidstiden. Den tilsvarende andelen innen service/handel/butikk er 2 %.

De bransjene der det er vanligst med **strengt forbud mot å logge inn på private nettverk i arbeidstiden**, er service/handel/butikk (37 % av medarbeiderne mener at det er forbudt) og **helse og omsorg** (35 % mener at det er forbudt).

Bransje	Andel som logger inn på sosiale nettverk i arbeidstiden så godt som hver dag eller flere ganger i uken
Media, kultur	68 %
Marked, reklame, PR, informasjon	63 %
IT, data	49 %
Kundeservice	40 %
Forskning, utvikling	40 %
Økonomi og finans	37 %
Ledelse	35 %
Salg	35 %
Kontor, administrasjon	33 %
Håndverksyrker	30 %
Pedagogisk arbeid	26 %
Lager, industri, transport	25 %
Teknikk, naturvitenskap	24 %
Bygg og anlegg	21 %
Helse og omsorg	21 %
Service, handel, butikk	20 %

Tabell 2: Andel i ulike bransjer som ofte logger inn på Facebook og andre private nettverk i arbeidstiden.

Seks av ti sjefer legger til medarbeidere på Facebook

Å "bli venn" med sjefen blir stadig vanligere. Det betyr at stadig flere velger å legge til sjefen sin som "venn" på for eksempel Facebook. Dette innebærer at sjefen kan få tilgang til den informasjonen som er knyttet til medarbeiderens profil.

Siden 2008 har andelen svenske medarbeidere som har sjefen sin i det private nettverket på weben, økt fra 15 % til 21 %. I Norge er det enda vanligere enn i Sverige: 31 % av de norske brukerne har sjefen som en del av sitt private nettverk på weben.

Enda flere sjefer velger å legge til en medarbeider i det personlige nettverket på weben: 58 % av de norske sjefene mener at de har medarbeidere i det personlige nettverket på weben. Ytterligere et eksempel på at privatliv og yrkesliv flyter sammen.

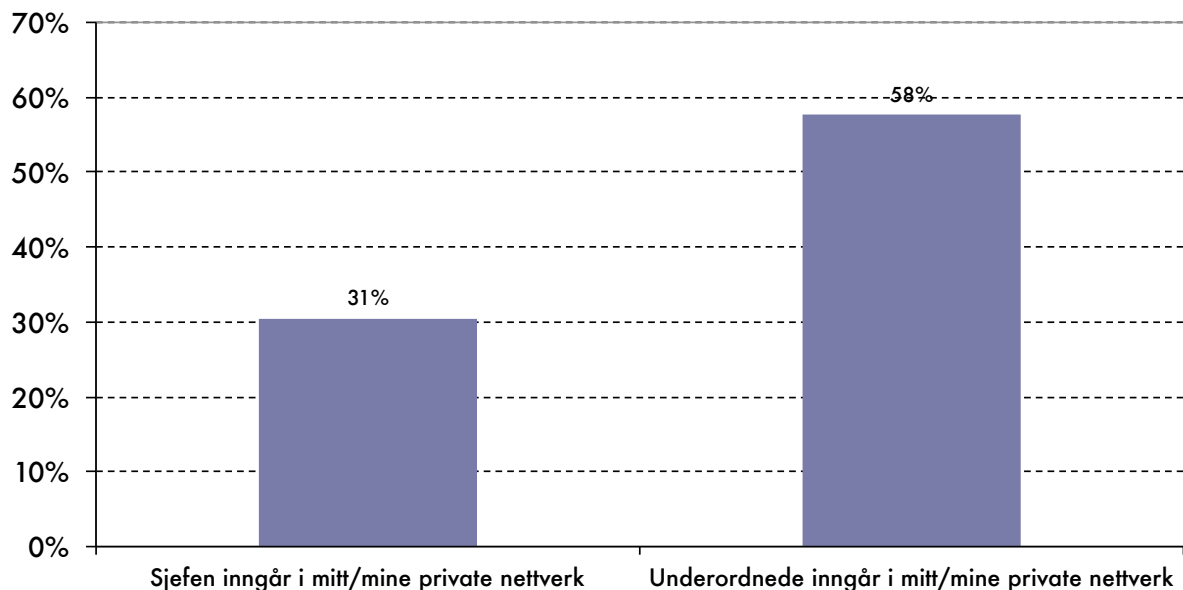


Diagram 4: Andel medarbeidere som har lagt til sjefen i sitt private nettverk og andel sjefer som har lagt til medarbeidere.

Sjefene snoker på Facebook før ansettelser

Sjefer har innsett at det er mye informasjon å hente på sosiale medier i forbindelse med ansettelser. En tredjedel av de norske sjefene har en eller annen gang søkt etter informasjon om en arbeidssøkende på dennes sosiale nettverksprofil.

En vanlig grunn til å "sjekke på nettet" er at man vil kontrollere om den arbeidssøkendes **personlighet passer med bedrifts- eller organisasjonskulturen** (27 % av sjefene angir denne årsaken). Visse gjør det fordi de aner at den arbeidssøkende er **uærlig** om noe (9 %), mens noen vil kontrollere om den arbeidssøkendes **livssituasjon** passer inn i bedriften (8 %). Det absolutt vanligste svaret blant sjefene er imidlertid at de sjekker de sosiale nettverkene fordi de vil ta en beslutning basert på **så mange informasjonskilder som mulig** (68 %). **23 % av de norske sjefer som har "sjekket på nettet", har også silt bort kandidater basert på den informasjonen de har funnet på de aktuelle nettverksprofilene.**

Har du noen gang søkt informasjon om en person via dennes webbaserte sosiale nettverk som et ledd i en ansettelsesprosess?

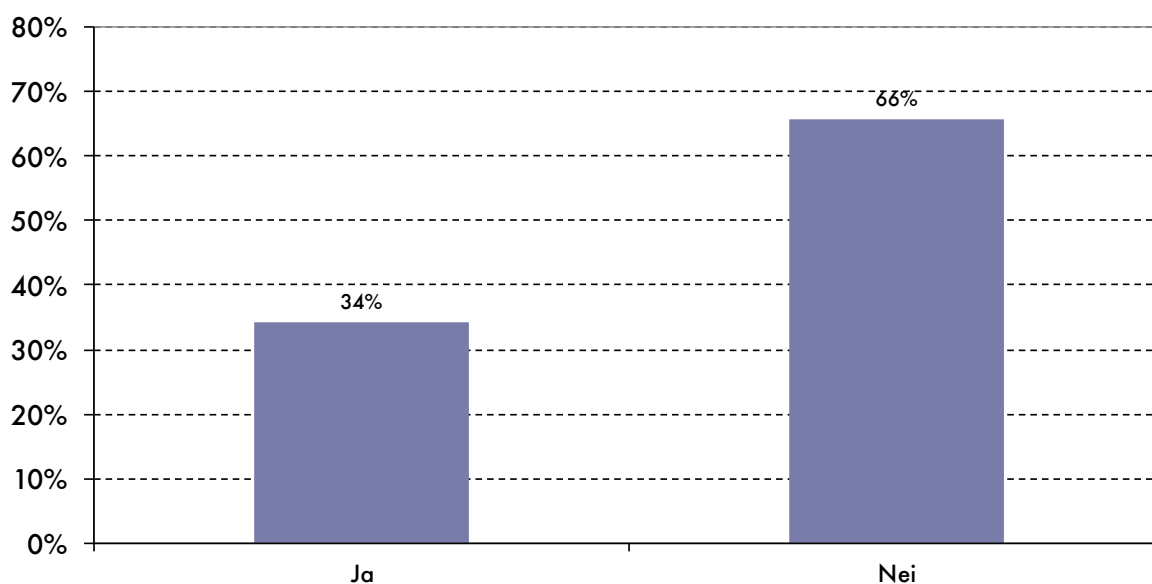


Diagram 5: Andel sjefer som en eller annen gang har søkt etter informasjon på sosiale nettverk på weben i en ansettelsesprosess.

Det viktigste er å kommunisere og følge med på hva venner gjør

Å **kommunisere** med venner og **følge med på hva de gjør**, er de **vanligste bruksområdene** for de webbaserte sosiale nettverkene. Til tross for at vi ser at grensen mellom det private og det profesjonelle livet på mange områder viskes ut, så er andelen som søker jobb via nettverkene relativt liten. Bare 11 % av de norske brukerne av sosiale medier søker aktivt jobb via dem. Derimot oppgir 15 % at de en eller annen gang har fått et jobbtillbud via et sosialt nettverk på weben. Se diagram 7 nedenfor.

Hva bruker du dine webbaserte sosiale nettverk til?

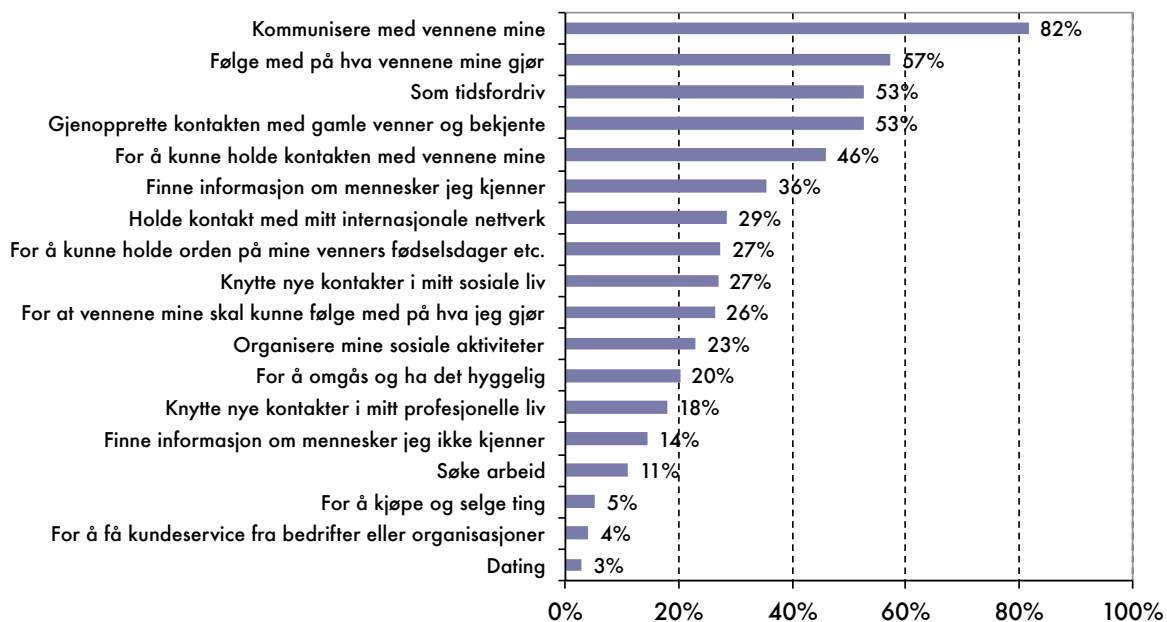


Diagram 6: Hva brukes nettverkene på weben til?

Har du noen gang fått et jobbtilbud på grunn av og/eller via dine webbaserte sosiale nettverk?

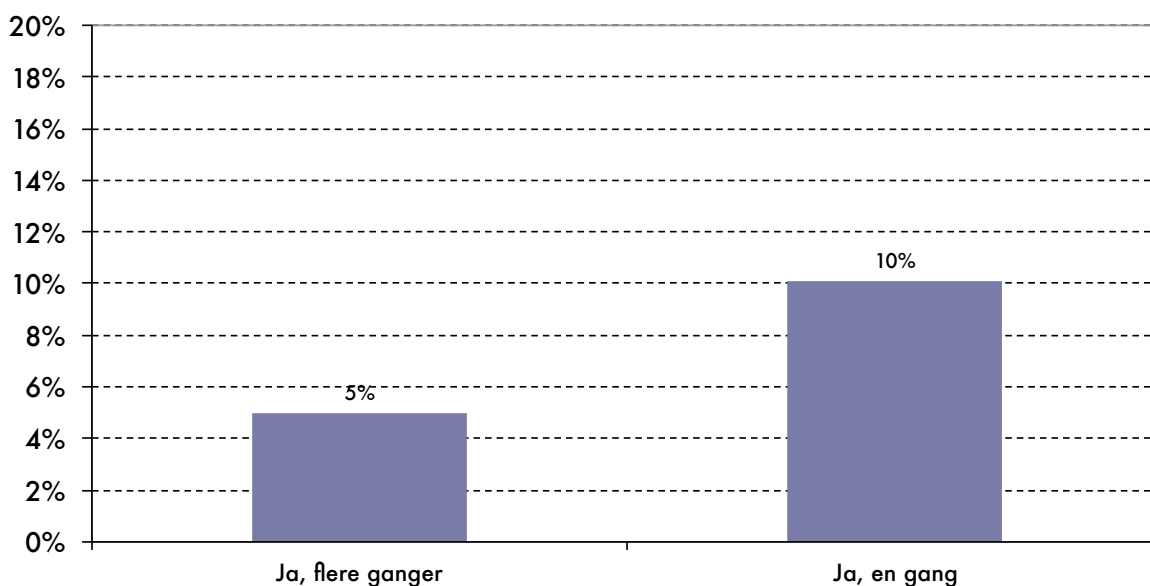


Diagram 7: Andel medlemmer på sosiale nettverk på weben som fått jobbtilbud via dem.

Nordmenn har flere venner enn svensker på nettet

Flere nordmenn (85 %) enn svensker (80 %) er medlemmer av Facebook, som er det overlegent vanligste sosiale nettverket der man er mest aktiv. Det viser seg også at nordmennene har flere venner enn svenskene på sine sosiale nettverk, og dermed er det

også rimelig å anta at nordmennene har flere Facebook-venner enn svenskene. Andelen nordmenn som har 100 venner eller flere, er 70 %, sammenlignet med bare halvparten (50 %) av svenskene (se diagram 8 nedenfor).

Omtrent hvor mange venner/kontakter har du i det webbaserte sosiale nettverket der du er mest aktiv?

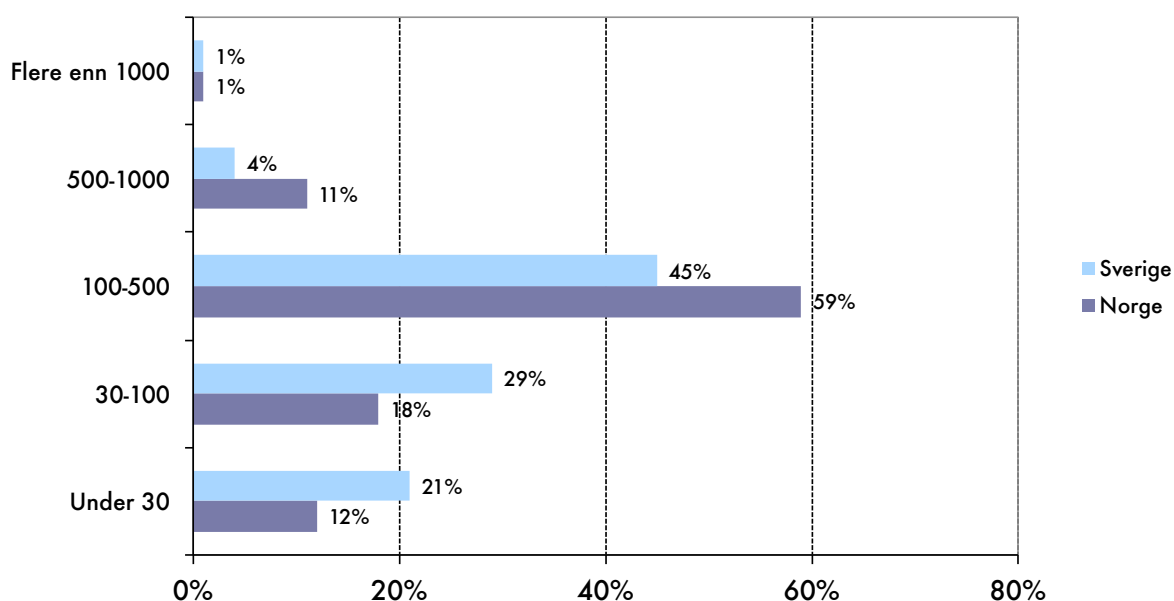


Diagram 8: Antall venner i det sosiale nettverket der man er mest aktiv

Manpower Work Life

Resultatene er hentet fra den nyeste Work Life-undersøkelsen som Manpower gjennomførte i april 2011 i samarbeid med Kairos Future. I Norge har 4301 personer svart på spørreskjemaet som vi sendte ut via e-post. Av alle som har svart i Norge, er 2442 ansatte, 1159 arbeidssøkende, 165 selvstendig næringsdrivende og 535 studerende.

Undersøkelsen er også gjennomført i Sverige og iblant foretar man sammenligninger mellom de svenske og norske resultatene. I Sverige har 6885 personer svart på spørreskjemaet. Av alle som har svart, er 3424 ansatte, 2234 arbeidssøkende, 386 selvstendig næringsdrivende og 841 studerende.

De fleste av dem som har svart på undersøkelsen, har en profil registrert på Manpower.se eller Manpower.no. De inngår i Manpower Work Life-panelet, som er godt representativt for Norges arbeidsføre befolkning med hensyn til kjønn, alder og bosted.

Om Kairos Future

Studien Manpower Work Life gjennomføres i samarbeid med Kairos Future som er et uavhengig forsknings- og konsulentbyrå som hjelper bedrifter, myndigheter og organisasjoner med å forstå og håndtere samfunnsendringer. Mer informasjon finner du på www.kairosfuture.com