



www.ibr.hi.is

SAMFÉLAGSMIÐLANOTKUN VEGNA EINKAERINDA Í SKIPULAGSHEILDUM

Jóhanna Gunnlaugsdóttir

Ritstjórar:

Auður Hermannsdóttir

Ester Gústavsdóttir

Kári Kristinsson

Vorráðstefna Viðskiptafræðistofnunar Háskóla Íslands:
Erindi flutt á ráðstefnu í mars 2014

Ritrýnd grein

Reykjavík: Viðskiptafræðistofnun Háskóla Íslands

ISSN 1670-8288
ISBN 978-9979-9933-4-6



HÁSKÓLI ÍSLANDS
VIÐSKIPTAFRÆÐIDEILD

SAMFÉLAGSMIÐLANOTKUN VEGNA EINKAERINDA Í SKIPULAGSHEILDUM

Jóhanna Gunnlaugsdóttir, prófessor, Háskóli Íslands

SAMANTEKT

Markmið og rannsóknarspurningar snérust um: Hvort skipulagsheildir á Íslandi hefðu opinn aðgang og/eða leyfðu aðgang að samfélagsmiðlum, hvort þátttakendur notuðu samfélagsmiðla til þess að sinna einkaerindum á vinnutíma, hvaða tegund samfélagsmiðla þeir notuðu, hversu miklum tíma þeir verðu til slíkra nota og hvert væri viðhorf stjórnenda og annarra starfsmanna til slíkrar notkunar. Gögnum var safnað með þrenns konar hætti; (1) notkun spurningalista, (2) símakönnun og (3) viðtalsaðferð. Gerð hefur verið grein fyrir niðurstöðum spurningalista- og símakönnunar (Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013). Tilgangur þess hluta rannsóknarinnar, sem hér er kynntur, er að ræða niðurstöður viðtalskönnunarinnar. Við hana var notuð eigindleg aðferðafræði og viðtöl tekin 2013-2014 við starfsmannahópa í fimm skipulagsheildum. Helstu niðurstöður voru að þrjár skipulagsheildanna höfðu opið fyrir og/eða leyfðu starfsfólki að hafa aðgengi að samfélagsmiðlum á vinnutíma, tæplega helmingur nýtti sér þann möguleika og meginþorrinn notaði Facebook. Starfsfólk varði til þessara hluta umtalsverðum tíma vinnudagsins. Meiri hluti stjórnenda og annarra starfsmanna taldi ásættanlegt að nota samfélagsmiðlana á þennan hátt væri það gert í hófi.

INNGANGUR

Samfélagsmiðlar gera einstaklingum kleift að hafa samskipti sín á milli með internet-tenningum hvenær sem er og hvar sem er (Williamson, 2013). Margar skipulagsheildir hafa opinn aðgang að samfélagsmiðlum og sums staðar tíðkast að starfsfólk noti samfélagsmiðla til einkanota á vinnutíma. Megintilgangur greinarinnar er að kynna niðurstöður viðtalskönnunar sem gerð var í fimm skipulagsheildum 2013-2014 um notkun starfsfólks á samfélagsmiðlum til einkanota á vinnutíma. Líta má á rannsóknina sem hluta stærri könnunar. Opin viðtöl voru tekin við fimm stjórnendur, fimm mannauðsstjóra, fimm sérfræðinga og fimm almenna starfsmenn. Meginlegur hluti rannsóknarinnar hefur þegar verið kynntur (Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013). Rannsóknir sem þessar hafa ekki áður verið gerðar á Íslandi. Ekki fundust sambærilegar erlendar rannsóknir en stuðst var við tengdar rannsóknir, einkum varðandi internet-notkun starfsfólks á vinnutíma almennt. Þessum rannsóknum er ætlað að vera viðbót við þær rannsóknir. Greinin skiptist í fimm kafla. Í upphafi er gerð grein fyrir fræðilegum grundvelli könnunarinnar og því næst fjallað um aðferðafræði hennar. Niðurstöðum eru gerð skil í þremur aðgreindum köflum og að síðustu eru birtar umræður um niðurstöður viðtalskönnunarinnar með hliðsjón af niðurstöðum meginlegra hluta hennar.

FRÆÐILEGUR BAKGRUNNUR

Samfélagsmiðlar hafa að ýmsu leyti umbreytt starfsháttum skipulagsheilda. Áhrifin eru fjölbreytileg, allt frá happdrættum og sölu á vöru og þjónustu til þess að vera vettvangur margvíslegra tengsla við

viðskiptavini og starfsfólk. Samfélagsmiðlar munu hafa víðtæk áhrif á starfsemi skipulagsheilda á næstu árum enda leyfa fjölmargar þeirra aðgang að þessum miðlum (ARMA International, 2012). Könnun, sem gerð var í háskólanum í Massachusetts, gefur til kynna að 60% fyrirtækja á Fortune 500 listanum heimili slíka notkun og hlutfallið er hærra hvað stofnanir varðar, eða 80-90% (Barnes og Andonian, 2012). Starfsmenn hafa í mörgum tilvikum aðgang að samfélagsmiðlum í vinnunni og geta sinnt persónulegum erindum á vinnutíma. Virkir notendur samfélagsmiðla eru margir og á Facebook voru þeir 1.100 milljón í lok mars 2013. Twitter hafði um 200 milljón virka notendur í febrúar 2013 (Wikipedia, 2013a; 2013b).

Í niðurstöðuköflum þessarar greinar verða niðurstöður viðtalskönnunarinnar kynntar. Niðurstöður hluta rannsóknarinnar (net- og símakönnun) hafa þegar verið birtar eins og fyrr er getið. Þær fjölluðu um greiningu svara við lokuðum spurningum um notkun samfélagsmiðla á vinnutíma til einkanota. Niðurstöður þar voru meðal annars:

- Meira en helmingur skipulagsheilda, eða 66%, hafði opið fyrir og/eða leyfði starfsfólki að hafa aðgangi að samfélagsmiðlum á vinnutíma.
- Tæplega helmingur starfsfólks, eða 49%, nýtti sér þann möguleika.
- Meginþorri svarenda notaði samfélagsmiðilinn Facebook, eða 76%.
- Starfsfólk varði umtalsverðum tíma vinnuvikunnar í að sinna einkamálum á samfélagsmiðlum, allt frá minna en hálfri klukkustund til fjögurra klukkustunda. Rúmlega 30% varði til þess einni til innan við tveimur klukkustundum en 16% nýtti fjórar klukkustundir vinnuvikunnar eða meira til þeirrar iðju.
- Meginþorri svarenda, eða 50%, taldi stjórnendur mjög eða fremur mótfallna notkun samfélagsmiðla á vinnutíma.
- Enn stærri hluti svarenda, eða 65%, taldi sjálfur að slík notkun væri mjög eða fremur óviðeigandi.

Þegar litið var til skipulagsheilda með opinn aðgang kom í ljós að konur upplifðu fremur takmarkaðan aðgang að samfélagsmiðlum til einkanota, eða 59% á móti 72% karla, og menntun skipti máli að sama skapi þar sem 81% þeirra, sem hafði háskólamenntun, nefndi opinn aðgang á móti 52% þeirra sem einungis hafði grunnskólamenntun að baki (Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013).

Ekki reyndist unnt að finna sambærilegar rannsóknir á sviði þessarar rannsóknar en talsvert er til af skyldum rannsóknum svo sem um óvinnutengdar athafnir á internetinu og tölvupóstsnotkun vegna einkaerinda á vinnutíma (D'Urso og Pierce, 2009). Því hefur verið haldið fram að sú iðja gæti afvegaleitt fólk í starfi (Blanchard og Henle, 2008; Buccioli, Houser og Piovasen, 2013; Jian, 2013) og áætlanir um slíka netnotkun sýndu, þegar í upphafi 21. aldar, að starfsmenn vörðu allt frá þremur klukkustundum á viku (Greenfield og Davis, 2002) til meira en tveimur og hálfum klukkustundum á dag (Mills, Hu, Beldona og Clay, 2001) á netinu. Það hafði þær afleiðingar í för með sér að 20-30% fyrirtækja sagði þessum starfsmönnum upp störfum (Blanchard og Henle, 2008; Case og Young, 2002; Greenfield og Davis, 2002). Samfélagsmiðlar hafa síðan bæst í hópinn og orðið ríkjandi. Þeir virðast hrein viðbót við þá þætti sem draga athygli starfsfólks frá vinnunni en tíminn sem varið er til persónulegra nota á samfélagmiðlum hefur ekki verið mældur nákvæmlega.

Rannsakendur hafa leitast við að ákvarða persónuleika þeirra sem líklegastir eru til þess að nota netið vegna einkaerinda á vinnutíma. Liberman, Seidman, McKenna og Buffardi (2011) komust að því að þeir starfsmenn, sem þurftu ekki eins að virkja hugann við vinnu, væru líklegri til þess að sinna einkaerindum á netinu. Garrett og Danziger (2008) komust að öndverðri niðurstöðu um að starfsframi, sjálfstæði í starfi, tekjur, menntun og kyn væru áberandi vísbendingar um einkanot af

netinu á vinnutíma. Niðurstaða þeirra var að slíka hegðun mætti ekki eigna starfsmönnum í almennu starfi heldur mun fremur væri það hegðun velmenntaðra starfsmanna sem sinntu stjórnunarstörfum. Seinni rannsóknir hafa staðfest niðurstöðurnar, það er að ungir karlmenn séu líklegastir til þess að verja tíma sínum á netinu til einkanota (Vitak, Crouse og LaRose, 2011). Rannsókn Jian (2013) staðfestir að aukið sjálfstæði í starfi tengist meiri einkanotum á netinu.

Skiptar skoðanir eru meðal stjórnenda um hvort leyfa eigi starfsfólki að sinna einkaerindum á netinu á vinnutíma. Ein nálgunin hefur verið að útiloka aðgang starfsfólks að samfélagsmiðlum. Aðrir eru annarrar skoðunar og setja starfsmönnum mælikvarða um frammistöðu en banna ekki hina nýju samfélagsmiðlataekni. Viðhorf þeirra er að treysta starfsmönnum eða reka þá ef þeir reynast ekki traustsins verðir (Scott, 2008). Að mati Ivarsson og Larsson (2012) ætti að leyfa starfsfólki að nota netið vegna einkamála þegar vinnuálag er of mikið og þegar lítið er að gera svo lengi sem dagleg afköst séu fullnægjandi, öryggi ekki ógnað og notkunin hafi ekki neikvæð áhrif á samstarfsmenn og viðskiptavinum. Setja ætti starfsfólki reglur um persónulega netnotkun og notkun samfélagsmiðla og marka stefnu sem vinnustaðurinn ætti að framfylgja (ARMA international, 2012; Scott, 2008). Sumir leggja til að rafrænt eftirlit sé virkjað til viðbótar stefnu (Blanchard og Henle, 2008) en aðrir benda á að eftirlit og viðurlög geti gagnast að vissu marki en einnig leitt til skorts á trausti meðal starfsmanna og haft öfug áhrif á starfsanda (Jian, 2013).

Rannsóknir á notkun samfélagsmiðla á vinnustöðum virðist til þessa einkum hafa beinst að því hvort opinn aðgangur væri að miðlunum og hvaða áhrif einkatjáskipti á netinu hafi á vinnustaðinn og starfsmanninn. Upplýsingar um hversu umfangsmikil einkanotkunin er svo og viðhorf starfsfólks og vinnuveitenda til slíkrar notkunar hafa ekki legið á lausu. Þessum rannsóknum er ætlað að fylla í þá eyðu og varpa ljósi á þessi viðfangsefni og önnur varðandi persónulega samfélagsmiðlanotkun á vinnutíma.

AÐFERÐAFRÆÐI

Rannsóknin var gerð 2013-2014. Við framkvæmd hennar var stuðst við blandaða aðferðafræði (*mixed research methodology*). Gögnum var annars vegar aflað með meginlegri aðferðafræði (*quantitative methodology*), (1) spurningakönnun var send á netpanel Félagsvísindastofnunar og (2) spurningakönnun fór fram með símtölum (Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013). Þriðja nálgunin (*triangulation*) grundvallaðist á eiginlegri aðferðafræði (*qualitative methodology*), nánar tiltekið (3) viðtalsaðferð (*interview method*). Blönduð aðferðafræði sameinar kosti allra aðferða og með þess háttar nálgun fást upplýsingar sem erfitt er að afla með því að nota einungis eina þeirra (Creswell og Plano Clark, 2007; Zikmund, Babin, Carr og Griffin, 2013, 2010). Þríprófun eykur á trúverðugleika niðurstaðna og styður við réttmæti rannsóknarinnar (Silverman, 2013; Yin, 1994).

Markmið og rannsóknarspurningar snérust um:

- Hvort skipulagsheildir á Íslandi hefðu opinn aðgang og/eða leyfðu aðgang að samfélagsmiðlum.
- Hvort þátttakendur notuðu samfélagsmiðla til þess að sinna einkaerindum á vinnutíma.
- Hvaða tegund samfélagsmiðla þeir notuðu.
- Hversu miklum tíma þeir verðu til slíkra nota.
- Hvert væri viðhorf stjórnenda og annarra starfsmanna til slíkrar notkunar.

Meginmarkmið meginlega hluta rannsóknarinnar var að varpa ljósi á samfélagsmiðlanotkun starfsfólks vegna einkaerinda (Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013) og markmið eigindlega hluta hennar, sem hér er kynntur, var að styðja við meginlega hlutann og fá fram ítarlegri upplýsingar um þá þætti sem voru til skoðunar. Viðtöl voru tekin við mismunandi starfsmannahópa sem valdir voru á kerfisbundinn hátt (*purposive sampling*) í fimm skipulagsheildum með starfsmannafjölda á bilinu 150 til 1000. Leitast var við að velja viðmælendur sem gætu veitt sem bestar upplýsingar um samfélagsmiðlanotkun vegna einkaerinda á vinnutíma með sem skýrustum hætti (Neuman, 2011; Sekaran, 2000). Eigindleg aðferðafræði hentar vel gagnasöfnun á vettvangi (Bogdan og Biklen, 2003; Gorman og Clayton, 2005) og viðtölin voru tekin á vinnustöðum viðmælenda (King, 1999; Kvale 1996). Alls voru viðmælendur 20 talsins í þremur einkafyrirtækjum (fyrirtæki A, B og C) og tveimur opinberum stofnunum (stofnun D og E). Vegna trúnaðar voru skipulagsheildunum gefin framangreind gervinöfn (Esterberg, 2002; Gorman og Clayton, 2005). Rætt var við stjórnanda, mannauðsstjóra, sérfræðing og almennan starfsmann, einn hjá hverri skipulagsheild. Í upphafi var ætlunin að ræða við fleiri einstaklinga en við greiningu á vettvangsnótum kom fram að endurtekninga gætti víða og því var litið svo á að eftir að 20 viðtöl höfðu verið tekin hefði tiltekin metnun (*saturation*) náðst (Glaser og Strauss, 1967). Leitast var við að fyrirbyggja ósannsógli með því að heita viðmælendum trúnaði, gefa skipulagsheildunum gervinöfn og geta starfsmanna einungis með því að nota stöðuheiti. Ætla má að ekki hafi með öllu verið hægt að koma í veg fyrir að starfsmenn hagræddu svörum sér í hag þar sem spurt var um einkaerindi á vinnutíma. Hins vegar kom í ljós að gott traust virtist ríkja milli viðmælenda og rannsakanda í viðtölunum (Esterberg, 2002; Gorman og Clayton, 2005).

Við greiningu á viðtölunum voru einkum notaðar aðferðir grundaðrar kenningar (*grounded theory*) þar sem aðleiðsla, afleiðsla og sönnurarfærsla var notuð til þess að þróa kenningu á grundvelli rannsóknargagna (Schwandt, 1997; Hennink, Hutter og Bailey, 2011). Við nálgun grundaðrar kenningar var leitað að þeim í gögnunum og þau síðan kóðuð og flokkuð. Samanburður var sífelld í gangi og leitað var eftir vísbendingum sem samræmdust flokkun þemanna. Þemun, sem í ljós komu, voru: (1) Opinn eða lokaður aðgangur, (2) tegundir samfélagsmiðla, (3) notkun samfélagsmiðla til einkanota á vinnutíma og (4) viðhorf til persónulegrar samfélagsmiðlanotkunar á vinnutíma.

OPINN EÐA LOKAÐUR AÐGANGUR, TEGUNDIR SAMFÉLAGSMIÐLA

Í viðtölunum kom fram að þrjár skipulagsheildanna fimm höfðu opið fyrir aðgang að samfélagsmiðlum, fyrirtæki A, fyrirtæki B og stofnun D. Þegar stjórnendur þeirra skipulagsheilda, sem höfðu opinn aðgang, voru spurðir um ástæður fyrir opnum aðgangi kom fram að þær notuðu allar samfélagsmiðla til þess að sinna málefnum sem vörðuðu vinnustaðinn; einkafyrirtækin vegna samskipta við viðskiptavinum og opinberi aðilinn vegna samskipta við hinn almenna borgara. Fyrirtæki A notaði samfélagsmiðla enn fremur vegna samskipta starfsfólks innanhúss. Þegar stjórnandi fyrirtækis C, sem hafði ekki opinn aðgang að samfélagsmiðlum, var spurður um ástæður þess sagði hann: „Við eru ekki með aðgang að þessu. Ég hef þó verið að hugsa um að skoða slíka notkun og þá í markaðsskyni. Það gæti verið góð kynning fyrir vörurnar.“ Stjórnandi stofnunar E, sem ekki var með opinn aðgang, sagðist ekki sjá neinn tilgang með því fyrir stofnunina: „Engin viðbót við það sem við höfum og það mundi ekki þjóna okkar starfsemi.“

Fram kom að skipulagsheildirnar þrjár, sem höfðu opinn aðgang að miðlum, leyfðu allar aðgang að Facebook. Fyrirtæki A notaði einnig Twitter. Fram kom hjá mannauðsstjóra fyrirtækisins að lengi vel hefði Facebook einungis verið í notkun en „við erum nú líka farin að nota Twitter hér, þar eru líka viðskiptavinir“.

NOTKUN SAMFÉLAGSMÍÐLA TIL EINKANOTA Á VINNUTÍMA

Allir viðmælendurnir 12 í skipulagsheildunum þremur, sem höfðu opinn aðgang að samfélagsmiðlum, tjáðu sig varðandi notkun starfsfólks til einkanota á vinnutíma. Þá kom í ljós að engin skipulagsheildanna þriggja lagði bann við notkun samfélagsmiðla til þess að sinna einkaerindum á vinnutíma.

Starfsmennirnir voru beðnir um að hugsa sig vandlega um og áætla svo vel sem þeir gætu hversu miklum tíma á viku (í heilum og/eða hálfum klukkustundum) þeir verðu að jafnaði til notkunar slíkra miðla á vinnutíma. Fram kom að starfsmennirnir 12 vörðu umtalsverðum tíma í notkun samfélagsmiðla til einkanota á vinnutíma. Hjá fyrirtæki A vörðu starfsmennirnir fjórir að jafnaði níu klukkustundum samtals til slíkra nota og hjá hinum tveimur skipulagsheildunum sex klukkustundum samtals á hvorum stað. Mismunur var á notkun eftir stöðuheit en fram kom að almennu starfsmennirnir þrjú notaðu tvær klukkustundir á viku samtals til þeirrar iðju, stjórnendur fjóra og hálfra klukkustund, mannauðsstjórar sex og aðrir sérfræðingar átta klukkustundir samtals.

Mannauðsstjórnarnir voru spurðir um notkun annarra starfsmanna á sínum vinnustað um samfélagsmiðlanotkun vegna einkaerinda á vinnutíma. Þeir voru beðnir um að hugsa sig vandlega um og áætla hversu stór hluti starfsfólks stundaði slíkt og einnig hversu löngum tíma þeir teldu að starfsfólk verði til þess háttar notkunar. Þá voru þeir spurðir út í notkunina með tilliti til stöðu starfsmanna.

Mannauðsstjóri hjá fyrirtæki A sagði: „Það gerir alveg meiri hluti starfsmanna hér, nær allir mundi ég halda.“ Og, varðandi tímenn sagði hann: „Það er nú erfitt að segja, en svona einn til þrjú tímar fara hjá sumum í þetta á viku mundi ég segja.“ Mannauðstjórinn hjá fyrirtæki A sagðist ekki gera sér grein fyrir því hvort mismunur væri á notkun eftir því hvaða stöðu starfsfólk gegndi.

Mannauðsstjóri hjá fyrirtæki B sagðist telja að allflestir nýttu sér eitthvað möguleikann á því að nota samfélagsmiðlana til einkanota. Um tímenn sagði hann: „Ég skal ekki segja, kannski svona einn til tvo tíma, en ég er ekki viss.“ „Ég held að konurnar séu ekki að nota þeirra meira en karlmennirnir, kannski halda sumir það, en það er ekki þannig hjá okkur, yfirmennirnir nota það ekki síður.“

Þegar mannauðstjórinn í stofnun B var spurður út í notkunina sagðist hann halda að það væri um helmingur: „Kannski aðeins meira en helmingur. Já, og síður undirmenn og -konur.“ Þegar hann var spurður um notkun með tilliti til tímalengdar sagði hann: „Æ, ég hreinlega treysti mér ekki til þess að áætla það.“

VIÐHORF TIL PERSÓNULEGRAR SAMFÉLAGSMÍÐLANOTKUNAR Á VINNUTÍMA

Viðmælendurnir 12 hjá skipulagsheildunum þremur, sem höfðu opið fyrir samfélagsmiðla, auk viðmælendanna átta sem störfuðu hjá skipulagsheildunum tveimur, sem ekki höfðu slíkan aðgang, voru spurðir um viðhorf sitt til þess að starfsfólk notaði samfélagsmiðla vegna einkaerinda á vinnutíma. Svörin reyndust yfirleitt ekki afdrifarík og þess vegna var reynt að meta þau með tilliti til þess hvort þau væru fremur jákvæð eða fremur neikvæð. Í tölfu 1 má sjá niðurstöður úr því mati.

Tafla 1: Viðhorf til samfélagsmiðlanotkunar starfsfólks á vinnutíma

Starfsfólk	Fyrirtæki A	Fyrirtæki B	Fyrirtæki C	Stofnun D	Stofnun E
Stjórnandi	F/J*				
Mannauðsstjóri	F/J				
Sérfræðingur	F/J				
Almennur starfsmaður	F/N**				
Stjórnandi		F/J			
Mannauðsstjóri		F/N			
Sérfræðingur		F/J			
Almennur starfsmaður		F/N			
Stjórnandi			F/N		
Mannauðsstjóri			F/N		
Sérfræðingur			F/J		
Almennur starfsmaður			F/J		
Stjórnandi				F/J	
Mannauðsstjóri				F/N	
Sérfræðingur				F/J	
Almennur starfsmaður				F/N	
Stjórnandi					F/N
Mannauðsstjóri					F/J
Sérfræðingur					F/J
Almennur starfsmaður					F/N
Fremur jákvæð tilvik	Samtals 3	Samtals 2	Samtals 2	Samtals 2	Samtals 2

* F/J = Fremur jákvætt.

** F/N = Fremur neikvætt.

Eins og sjá má í töflu 1 reyndust jákvæð tilvik um viðhorf viðmælenda til notkunar samfélagsmiðla til einkaerinda á vinnutíma heldur fleiri en neikvæð, eða 11 jákvæð og níu neikvæð tilvik. Meiri hluti stjórnendanna var fremur jákvæður gagnvart slíkri notkun, eða þrír af fimm. Fleiri mannauðsstjóranna voru fremur neikvæðir í garð slíkrar notkunar, eða þrír af fimm. Þá voru allir sérfræðingarnir fremur jákvæðir varðandi slíka notkun en langflestir almennu starfsmennirnir voru fremur neikvæðir, eða fjórir af fimm.

Viðmælendur voru misjafnlega tilbúnir til þess að tjá skoðun sína um notkun samfélagsmiðla. Einna síst reyndist að fá viðhorf almennu starfsmannanna. Einn þeirra, hjá fyrirtæki A, sagði þó: „Ég bara geri þetta ekki í vinnutíma, get alveg eins gert það þegar ég er komin heim.“ Og, almenni starfsmaðurinn hjá fyrirtæki C sagði: „Ég vildi að ég gæti þetta í vinnunni. Þetta gera vinir mínir annars staðar en hér má þetta ekki.“

Allir sérfræðingarnir létu í ljós skoðun sína. Sérfræðingur hjá fyrirtæki A sagði til dæmis: „Auðvitað er þetta í lagi, þetta er einungis hvíld frá vinnunni.“ Sérfræðingurinn hjá fyrirtæki B sagði að það „hreinsaði hugann“ og sérfræðingur hjá stofnun D sagði: „Það er ekki spurning, maður verður að sinna ýmsu óvinnutengdu á vinnutíma sem er ekkert ósanngjarnt þar sem maður er oft kallaður í tölvuna heima á kvöldin til þess að sinna vinnunni.“

Mannauðsstjóri hjá fyrirtæki A sagðist halda að starfsfólk „gerði þetta nú í hófi og þegar það væri nauðsynlegt“ en mannauðsstjórinn hjá fyrirtæki B sagðist hræddur um að „alltof mikill tími færi í þetta“ hjá starfsfólkinu. Mannauðsstjóri hjá stofnun E nefndi að hann vildi gjarnan gera tilraun „og leyfa starfsfólki að fara stundum á Facebook“.

Stjórnandi hjá stofnun E var á móti því að starfsfólk stundaði samfélagsmiðla til einkanota á vinnutíma. Hann sagðist ekki vera tilbúin til þess að „opna fyrir þess konar tímasóun“. Stjórnendur hjá fyrirtækjum A og B sögðust báðir fremur hlynntir því að starfsfólk nýtti sér þennan kost. Þeir

tiltóku báðir að það væri sambærilegt við síma- og tölvupóstsnotkun starfsfólks en heyra mátti á þeim báðum að starfsfólk mætti ekki fara yfir strikið varðandi notkunina. Stjórnandi hjá fyrirtæki B sagði að sumt af starfsfólkinu þyrfti stundum að sinna vinnunni utan vinnutíma og taldi rétt „að koma á móts við starfsmennina hvað þetta varðaði“. „Starfsfólkið hérna vinnur mikið með huganum, oft með sveittan skallann, og það er í lagi að skreppa stöku sinnum á Facebook, finnst mér og við leyfum það.“

UMRÆÐUR

Hér að framan hefur verið gerð grein fyrir niðurstöðum rannsóknar sem framkvæmd var 2013-2014 á notkun starfsfólks skipulagsheilda til einkaerinda á vinnutíma og þá einkum niðurstöðum þeim sem fengust við gagnagreiningu á viðtalskönnunarhluta rannsóknarinnar. Í ljós kom að þrjár skipulagsheildanna fimm, þar sem viðtölin fóru fram, höfðu opið fyrir aðgang að samfélagsmiðlum en skipulagsheildir hafa nýtt sér miðlana í auknum mæli í viðskiptalegum tilgangi hin síðari ár (ARMA International, 2014; Barnes og Andonial, 2012).

Engin skipulagaheildanna þriggja bannaði notkun samfélagsmiðla á vinnutíma. Niðurstöður meginlega hluta rannsóknarinnar sýndu að meira en helmingur skipulagsheilda, eða 66%, hafði opið fyrir og/eða leyfði aðgang að þessum miðlum. Facebook var algengasti samfélagsmiðilinn sem kemur heim og saman við niðurstöður meginlega hluta rannsóknarinnar (Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013).

Samkvæmt viðtalskönnuninni vörðu starfsmennirnir 12, sem störfuðu hjá skipulagsheildum sem höfðu opinn aðgang að samfélagsmiðlum, umtalsverðum tíma til einkanota á vinnutíma, eða u.þ.b. sex klukkustundum samtals í tveimur þeirra og níu klukkustundum samtals hjá einni þeirra. Samkvæmt meginlega hluta rannsóknarinnar varði starfsfólk einnig umtalsverðum hluta vinnuvikunnar til þess háttar nota (Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013) og aðrar rannsóknir sýna enn fremur að netnotkun starfsfólks er umtalsverð á vinnutíma (Greenfield og Davis, 2002; Mills, Hu, Beldona og Clay, 2001).

Í viðtalsrannsókninni kom fram að mismunur var á notkun samfélagsmiðla vegna einkaerinda á vinnutíma eftir stöðuheiti. Hjá skipulagsheildunum þremur, þar sem opið var fyrir samfélagmiðla, kom fram að almennu starfsmennirnir þrír notuðu til þess tvær klukkustundir á viku, stjórnendurnir fjóra og hálf, mannauðsstjórnarnir sex og sérfræðingarnir átta klukkustundir samtals. Þá mátti ráða á svörum viðmælenda að karlar, einkum ungir karlar, fremur en konur verðu fremur tíma til einkanota á samfélagsmiðlum á vinnutíma. Þetta er í samræmi við aðrar niðurstöður varðandi net- og samfélagsmiðlanotkun starfsfólks á vinnutíma með tilliti til einkenna svo sem kyns og stöðu (Garrett og Danziger 2008; Jian, 2013; Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013; Vitak, Crouse og LaRose, 2011) en í andstöðu við niðurstöður Liberman, Seidman, McKenna og Buffardi (2011) sem töldu að starfsfólk, sem síður stundaði huglæga vinnu, verði fremur tíma til einkanota á netinu á vinnutíma.

Þegar viðmælendurnir 20 í skipulagsheildunum fimm voru spurðir álits á notkun starfsfólks á samfélagsmiðlum vegna einkaerinda fengust ekki afdrifarík svör. Af þeim sökum var leitast við að greina og meta svörin með tilliti til þess hvort þau reyndust fremur jákvæð eða fremur neikvæð. Í ljós kom að fleiri reyndust fremur jákvæð, eða 11, á móti níu fremur neikvæðum. Þá kom fram að stjórnendur og sérfræðingar voru jákvæðari en mannauðsstjórnar og almennir starfsmenn í garð persónulegrar samfélagsmiðlanotkunar á vinnutíma. Þessar niðurstöður sýna að mat starfsmanna á viðhorfi yfirmanna þeirra til umræddrar samfélagsmiðlanotkunar virtist vera nokkuð neikvæðara en

raunverulegt viðhorf yfirmannanna. Það er áhugaverður þáttur sem vert væri að kanna nánar. Aðrar rannsóknarniðurstöður sýna jákvætt viðhorf til persónulegrar net- og samfélagsmiðlanotkuna á vinnutíma sé hún innan tiltekinna marka, í samræmi við stefnu skipulagsheildarinnar og fari hún ekki úr hófi fram (ARMA International, 2012; Ivarsson og Larsson, 2012; Jóhanna Gunnlaugsdóttir, 2013; Scott, 2008).

Mörkin á milli vinnu og einkalífs, skrifstofu og heimilis virðast sífelld óljósari. Vinna starfsfólks fer í vaxandi mæli fram utan skrifstofu. Fartölvur, spjaldtölvur, snjallsímar og fleiri tækninýjungar hafa auðveldað vinnu utan skrifstofunnar, á heimilum og í raun hvar sem er utan vinnustaðar (Allen og Shoard, 2005). Afleiðingin er sú að vinnuveitendur þurfa fremur að mæla árangur og frammistöðu starfsfólks og líta til framlags þess og verðmætis heldur en fylgjast með hvar starfið er unnið eða hversu langan tíma það tekur. Áhugavert væri til samanburðar að gera frekari rannsóknir á sviðinu með því að skoða vinnu og vinnuframlag starfsfólks á heimilum og annars staðar utan hefðbundins vinnutíma og hvort slíkt kæmi að einhverju leyti á móti net- og samfélagsmiðlanotkun starfsfólks á vinnustað á vinnutíma. Niðurstöður þessarar rannsóknar skýra stöðu notkunar samfélagsmiðla á vinnutíma og stuðla að betri skilningi á slíkri notkun. Þær gætu hjálpað skipulagsheildum við að meta kosti og galla notkunar samfélagsmiðla almennt og til einkanota sem leiddi til úrbóta. Stjórnendur gætu nýtt sér niðurstöðurnar til þess að móta stefnu um þessi mál.

HEIMILDIR

- Allen, D. K. og Shoard, M. (2005). Spreading the load: Mobile information and communication technologies and their effect on information overload. *Information Research*, 10(2). Sótt af <http://informationr.net/ir/10-2/paper227.html>.
- ARMA International. (2012). *Using social media in organizations: A technical report prepared by ARMA International with ANSI August 2012*. Overland Park, KS: ARMA International.
- Blanchard, A. L. og Henle, C. A. (2008). Correlates of different forms of cyberloafing: The role of norms and external locus of control. *Computers in Human Behavior*, 24, 1067-1084.
- Bogdan, R. C. og Biklen, S. K. (2003). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. (4th ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Barnes, N. G. og Andonian, J. (2012). *The 2011 Fortune 500 and social media adoption: Have American's largest companies reached a social media plateau?* North Dartmouth, MA: University of Massachusetts Dartmouth, 2012.
- Buccioli, A., Houser, D. og Piovesan, M. (2013). Temptation at work. *PLoS ONE*, 8(1), 1-5.
- Case, C. J. og Young, K. S. (2002). Employee Internet management: Current business practices and outcomes. *CyberPsychology and Behavior*, 5, 355-361.
- Creswell, J. W. og Plano Clark, V. L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- D'Urso, S. C. og Pierce, K. M. (2009). Connected to the organization: A survey of communication technologies in the modern organizational landscape. *Communication Research Reports*, 26(1), 75-81.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative methods in social research*. Boston, MA: McGraw-Hill.
- Garrett, R. K. og Danziger, J. N. (2008). On cyberslacking: Workplace status and personal Internet use at work. *Cyber Psychology & Behavior*, 11(3), 287-292.

- Gorman, G. E. og Clayton, P. (2005). *Qualitative research for the information professional: A practical handbook*. (2nd ed.). London: Facet Publishing.
- Greenfield, D. N. og Davis, R. A. (2002). Lost in cyberspace: The web @ work. *Cyber Psychology and Behavior*, 5, 347-353.
- Hennink, M., Hutter, I. og Bailey, A. (2011). *Qualitative research methods*. Los Angeles, CA: Sage.
- Ivarsson, L. og Larsson, P. (2011-2012). Personal Internet usage at work: A source of recovery. *Journal of Workplace Rights*, 16(1), 63-81.
- Jian, G. (2013). Understanding the wired workplace: The effects of job characteristics on employees' personal online communication at work. *Communication Research Reports*, 30(1), 22-33.
- Jóhanna Gunnlaugsdóttir. (2013). The use of social media by employees for private reasons during working hours. Conference paper. 22nd Nordic Academy of Management Conference, held at University of Iceland, Reykjavik, August 21-23, 2013. Reykjavík: NFF.
- King, N. (1999). The qualitative research interview. In C. Cassell og G. Symon (Eds.), *Qualitative methods in organizational research: A practical guide* (pp. 14-36). London: Sage Publications.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Liberman, B., Seidman, G., McKenna, K. Y. A. og Buffardi, L. E. (2011). Employee job attitudes and organizational characteristics and predictors of cyberloafing. *Computers in Human Behavior*, 27, 2192-2199.
- Mills, J. E., Hu, B., Beldona, S. og Clay, J. (2001). Cyberslacking! A liability issue for wired workplaces. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42, 34-47.
- Neuman, W. L. (2011). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. (7th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Schwandt, T. A. (1997). *Qualitative inquiry: A dictionary of terms*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Scott, D. M. (2008). Trust your employees (or fire them). *EContent*, 31(8), 48.
- Sekeran, U. (2000). *Research methods for business: A skill-building approach*. (3rd ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Silverman, D. (2013). *Doing qualitative research*. (4th ed.). London: Sage Publication.
- Vitak, J., Crouse, J. og LaRose, R. (2011). Personal Internet use at work: Understanding cyberslacking. *Computers in Human Behavior*, 27, 1751-1759.
- Wikipedia. (2013a). Retrieved 26. June from <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>.
- Wikipedia. (2013b). Retrieved 26. June from <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>.
- Williamson, A. (2013). *Social media guidelines for parliaments*. Geneva: Inter-Parliamentary Union.
- Yin, R. K. (1994). *Case study research: Design and methods*. (2nd ed.). Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Zikmund, W. G., Badin, B. J., Carr, J. C. og Griffin, M. (2013, 2010). *Business research methods*. (9th ed.). International Edition: South-Western, Cengage Learning.