

BCR3100  
Bacheloroppgave

*Bruk av sosiale medier ved rekruttering*



(Webgruppen 2014)

Våren 2014

Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Markedshøyskolen. Markedshøyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.

## **Forord**

Denne oppgaven er skrevet som en artikkel. Dette er gjort etter avtale med veileder og emneansvarlig på bakgrunn av at artikkelen skal publiseres i tidsskriftet Magma. Artikler som skrives for Magma har et ulikt formateringskrav enn hva som er vanlig ved innleveringer på Markedshøyskolen. Dette vil si en annen referansemetode ved henvisning til litteratur. Det er etter samråd med veileder besluttet og levere ferdigstilt oppgave etter Magmas retningslinjer.

Det stiltes som krav fra Magma sin side at artikkelen maksimalt kunne bestå av 5000 ord, inkludert ingress, litteraturreferanser, sammendrag og nøkkelbegreper. Sammendraget kunne være på opp til 250 ord.

Til slutt har vi valgt å legge ved alt av forarbeid slik at sensor skal kunne føre kontroll. Det er også blitt gjort enkelte henvisninger til transkribering når det er snakk om viktig nøkkelinformasjon som enkeltinformanter har kommet med.

Vi ønsker å takke vår veileder for god veiledning under denne prosessen. Veileder har vært svært tilgjengelig, noe som har hjulpet oss i stor grad. Med dette ønsker vi lesere av denne bacheloroppgaven en god lesning!

# **Bruk av sosiale medier ved rekruttering**

## **Sammendrag**

Den foreliggende studien prøver å forstå hvordan sosiale medier i rekrutteringsprosessen brukes i norsk næringsliv, for så kunne se på fordeler og ulemper ved dette. Ved kvalitativ metode og herunder dybdeintervjuer har studien fanget essensen i informantenes oppfatninger. Studien ser problemstillingen fra både arbeidsgivers og arbeidssøkers ståsted. Som teoretisk fundament ser studien på foreliggende teori hvor sosiale medier og rekruttering blir tatt opp. Dette er teori som danner bakgrunnen for spørsmålene til dybdeintervjuene med informantene.

Det viste seg at selv de personene som ikke bruker sosiale medier, bruker dette i liten grad og noen ganger ubevisst. Videre kom studien frem til en felles forståelse for at sosiale medier er tids- og kostnadsbesparende, men også et sted for å aktivt finne nye ansatte. Både arbeidsgivere og arbeidssøkere har forståelse for at sosiale medier blir brukt for informasjon om hverandre. Felles for begge er at de ser det som rettferdig at det brukes. De er begge av oppfatningen at det en selv legger ut, er en selv ansvarlig for. Studien prøver også å belyse noen etiske aspekter ved denne bruken.

## **Innledning**

Sosiale medier er i startfasen, men flere og flere bruker dette innenfor rekrutteringsprosessen (Ørstavik 2011). Det finnes ikke klare svar på hvordan det skal brukes eller om det har en effekt på arbeidet (Van Iddekinge m.fl 2013). Med denne studien ønskes det å belyse hvordan sosiale medier blir brukt i rekrutteringsprosesser og hvilke fordeler og ulemper dette har i det norske næringslivet. Formålet er derfor at studien skal gi større innsikt i omfang og hva dette betyr for arbeidsgivere og arbeidssøkere. For at studien skal gi et så helhetlig bilde som mulig vil den derfor ta for seg to ulike perspektiver.

Det norske næringslivet består i dag av mange forskjellige organisasjoner med ulike mål, verdier, visjoner, omsetning og ansatte. Det de alle har til felles er at de ønsker de beste kandidatene for deres virksomhet. Personalet kan være den avgjørende faktoren fra å være nummer en i markedet til at en ikke er konkurransedyktig. For å være en ledende organisasjon er det derfor avgjørende å finne de riktige kandidatene til de aktuelle stillingene.

## **Problemstilling**

*”Hvordan brukes sosiale medier i rekrutteringsprosessen, og hvilke fordeler og ulemper medfører dette?”*

Studien sier noe om hvilke sosiale medier som blir brukt, og på hvilken måte de brukes, for deretter å se på fordeler og ulemper dette kan ha. I denne studien er konteksten lagt til det norske næringslivet. Dette fordi det finnes forskning om hvordan sosiale medier brukes i rekrutteringsprosessen i andre land (Clark og Roberts 2010). Studien ønsker å fremskaffe et bilde av hvordan dette fungerer også i Norge, for å gi oss og andre som driver med rekruttering en bredere forståelse for rekruttering gjennom sosiale medier. Videre har studien fokus på sosiale medier i selve prosessen generelt og dermed ikke hvordan en kan bruke det som seleksjonsverktøy spesielt. Det å se på et utvalg fra det norske næringslivet vil gi oss en indikasjon på om det finnes forskjeller i bruk av sosiale medier i forhold til størrelse på bedrifter og ulike bransjer. Det er også få studier som underbygger at bruk av sosiale medier bedrer rekrutteringsprosessen og har noe å si for fremtidig arbeidsprestasjon. Vi er derfor nysgjerrige på hvordan dette faktisk blir brukt (Van Iddekinge m.fl 2013).

## **Rekruttering gjennom sosiale medier**

“...SM platforms such as Facebook are designed to network with friends and family rather than to measure job-relevant attributes.” (Van Iddekinge m.fl 2013). Dette er en god definisjon på sosiale medier. Den forklarer det private rundt sosiale medier, samt at alle har et innhold av relasjoner og kommunikasjon. Den dekker dog ikke det profesjonelle aspektet. LinkedIn har etablert sin virksomhet på.

Når det kommer til de mest aktuelle sosiale mediene for rekrutteringshensikt er det ”de tre store” som brukes oftest. Dette er Facebook, LinkedIn og Twitter. Dette er ”de tre store” fordi det er plattformene de fleste rekrutterere bruker i sitt arbeid (Bullhorn Reach 2013).



Figur 1 (Bullhorn Reach 2013)

Figuren viser hvilke sosiale nettverk rekrutterere som oftest er aktive på og hvilke kombinasjoner som er mest populære. Vi ser ut i fra figuren at sosiale medier i kombinasjon med rekruttering har fått et godt fotfeste i den profesjonelle verden.

### Trender innenfor rekruttering i dag

Dagens samfunn opplever en stadig økning i bruk av sosiale medier når organisasjoner rekrutterer (Ørstavik 2011). Organisasjoner sitter ikke lenger å venter på at den ”rette” personen skal søke på jobben, de er aktivt ute og leter etter kandidatene selv. Utviklingen har ført til at sosiale medier spiller en større rolle når arbeidsplasser skal besettes. Det er heller ikke unormalt at bedrifter selv benytter sosiale medier som LinkedIn for å finne interessante kandidater og ikke bare i rekrutteringsbransjen.

Det finnes ikke noen klar studie som underbygger effekten av rekruttering gjennom sosiale medier (Davison, Maraist og Bing 2011). Hvordan privatlivet utarter seg på Facebook-siden til en person, vil ikke nødvendigvis gjenspeile hvordan en person fungerer i arbeid (Van Iddekinge m.fl 2013). Sosiale medier bør ikke ta over for tradisjonell rekruttering, men kan fungere som et suppleringsverktøy. Dersom det legges for stor vekt på sosiale medier kan bedrifter gå glipp av glimrende kandidater. Arbeidssøkere risikerer at de ikke blir innkalt til intervju på bakgrunn av deres profiler på sosiale medier. Samtidig er det viktig å være der det skjer, for ikke å tape kampen om de dyktige arbeiderne og de gode talentene (Hunt 2010).

Trenden har snudd fra at arbeidsgivere kan sitte og vente på at den rette kandidaten skal dukke opp, til at organisasjonene selv må gå aktivt ut for å tiltrekke seg ønskede arbeidstakere. En av grunnene til dette er at verden i dag er mer globalisert. I dag har

teknologien og infrastrukturen kommet så langt at mulighetene for hvor en tar seg arbeid er større enn tidligere. Det samme gjelder hvordan en skaffer seg informasjon. Dette er med på å åpne utallige muligheter for arbeidstakere. Det blir da vanskeligere å forutse hvor en person tar arbeid. Folk er i høyere grad opptatt av å skape seg en karriere. Her kommer bruken av sosiale medier fra begge parter til rette (Swami 2011).

## **Motivasjon for rekruttering gjennom sosiale medier**

Store selskaper vet at unge arbeidssøkere og studenter er på sosiale medier. Dette blir derfor en arena hvor en kan finne talentene i arbeidsmarkedet. Det er viktig å være synlig der talentene er (Herbold og Douma 2013).

Studier viser at flere og flere organisasjoner retter sitt syn mot sosiale medier for å få informasjon om jobbsøkere. Det viser seg også at mange bruker informasjon fra sosiale medier før en eventuell ansettelse. Både gjennom at det aktivt rekrutteres og via bakgrunnssjekk av kandidater. Fordelen er at det er kostnadsbesparende. Du kan få mye informasjon om en jobbsøker gjennom sosiale medier. Er du så heldig at kandidaten er aktiv på ”de tre store” kan du sitte på veldig mye informasjon, helt uten kostnad. Dette er en klar fordel i et samfunn der vi skal bli mer effektive og kostnadsbevisste (Bullhorn Reach 2013).

Hvordan en fremstår på sosiale medier gir uttrykk for hvordan en er som person, eksempelvis vil en person som konkurrerer mye kunne bli sett på som målrettet og ambisiøs. Med dette i bakhodet bør en altså passe på hvordan en opptrer på sosiale medier, slik at informasjonen som finnes gjenspeiler virkeligheten (Van Iddekinge m.fl 2013).

Det har vist seg at en profesjonelt behandlet profil på et sosialt medium øker sjansene for at en får jobben. Studier viser at personer som legger ut bilder samtidig som det nytes alkohol har en mindre mulighet og vil få dårligere lønn enn de som har familieorienterte bilder. Dette sier oss at de som legger vekt på å opptre profesjonelt på sosiale medier ofte vil ha et forsprang på kandidater med lik kompetanse (Bohnert og Ross 2010).

## **Fordeler og ulemper ved bruk av sosiale medier for rekruttering**

Ved å benytte sosiale medier vil bedrifter kunne etablere et forhold til mulige kandidater, slik at de får kunnskap om arbeidsplassen og mulighetene som finnes der. Det holder ikke å bare oppdatere informasjon. Arbeidsgivere må arbeide aktivt mot arbeidssøkere. Som Sydain (2013) sier "You have to engage with people. Putting up a Twitter feed and then not using it is not good enough." Videre har Sydain funnet forskning som underbygger kostnadsbesparelsene ved å benytte seg av sosiale medier, samtidig som han vektlegger viktigheten av tidsbruken i en rekrutteringsprosess medfører.

Selv om noen advarer mot å legge for stor vekt på sosiale medier ser det ut til å bli mer og mer vektlagt, da det er tids- og kostnadsbesparende. Det blir derfor viktig for organisasjoner å forstå hvordan mennesker benytter sosiale medier (Sydain 2013).

Det er etiske utfordringer knyttet til det å bruke sosiale medier som er beregnet på venner og kjære, for så å avgjøre om du får en jobb. Av "de tre store" er det kun LinkedIn som i utgangspunktet er lagt opp for å være en profesjonell kanal, her legges det også tilrette for at den skal være nettopp det. Det er bevist at det kan være utslagsgivende om sosiale medier blir brukt som en bakgrunnssjekk eller ikke, samtidig er det ikke bevist noen sammenheng ved informasjon fra sosiale medier og bedre jobbprestasjon (Van Iddekinge m.fl 2013).

Behandling av kandidater må skje med respekt og verdighet. Om bruken av sosiale medier som bakgrunnssjekk ender opp med å favorisere ulike grupper, strider det med likhetsprinsippet. Her har bedrifter et etisk ansvar å forholde seg til. For at man ikke skal favorisere grupper er det viktig å stille enda strengere krav til kravspesikasjon og jobbanalyse. Dette er utarbeidet for at en ikke skal la seg påvirke av uvesentlige faktorer som for eksempel en flott LinkedIn-profil (Van Iddekinge m.fl 2013).

Det er vage skiller i overgangen mellom privatliv og arbeidsliv. Disse vage skillene sammen med problemområdene nevnt ovenfor, øker spørsmålet rundt etikk (Clark og Roberts 2010). Din profil på sosiale medier påvirker muligheten for å få jobben og hvilke betingelser du vil få. Når vi vet at arbeidssøkere og arbeidsgivere bruker de sosiale mediene på ulik måte er det viktig at bedrifter tenker over kvaliteten på informasjonen de får tilgang til (Bohnert og Ross 2010). Bedrifter burde også tenke over sitt sosiale ansvar, med tanke på at deres bruk av sosiale medier kan endre bruken av sosiale medier generelt (Clark og Roberts 2010).

Informasjon på sosiale medier er enkelt å manipulere, så om dette er informasjon det blir lagt stor vekt på kan det gi uheldige utfall. Enkle manipulasjonsmuligheter og lite validitet mellom sosiale medier og prestasjon gjør at det må behandles med omhu for at riktige og etiske beslutninger kan fattes (Davison, Maraist og Bing 2011).

Det er en vanskelig oppgave å bevise at det var din dårlige profil på sosiale medier som førte til at noen andre fikk jobben. Altså er det vanskelig å bevise forskjellsbehandling eller diskriminering på bakgrunn av informasjon hentet fra private profiler. Ikke alle medier kan vise til hvem som har vært inne på profil heller. Det fører til at en må passe på hva en legger ut av informasjon. Selv om sosiale medier har som oppgave å opprettholde kontakt med venner og familie, kan en ikke glemme hva bedriftene bruker dem til. En må behandle det med større omtanke enn hva hensikten er (Roberts og Roach 2009).

### **Teoretisk oppsummering**

Enkel tilgang til informasjon gjør sosiale medier til en billig løsning. Dette er momenter som øker effektiviteten i en rekrutteringsprosess. Vi vet derfor at sosiale medier er et tidsbesparende verktøy for bedrifter (Van Iddekinge m.fl 2013).

Sosiale medier er et sted hvor en kan finne nye talenter. Det handler om at store selskaper må være synlige der fremtidige arbeidssøkere er og å være synlige på deres arena. Vi vet ut i fra teori at selskaper som ikke implementerer sosiale medier i sine rekrutteringsrutiner vil havne på etterskudd i forhold til konkurrenter (Herbold og Douma 2013).

Vi vet at sosiale medier skaper etiske problemer i krysninger av privatliv og arbeidsliv. Det er også forsket frem at sosiale medier blir brukt i beslutningsprosesser, til tross for at det ikke er bekreftet noen validitet gjennom fordelene ved dette. Verken gjennom effekt eller i sammenheng med fremtidig jobbprestasjon (Van Iddekinge m.fl 2013). I tillegg til at innhold fra sosiale medier kan påvirke hvem som får jobben eller ikke (Bohnert og Ross 2010).



## **Metode**

Ved å bruke kvalitativ metode finnes det ulike metoder for å kunne gå i dybden på en informants meninger og holdninger. I denne studien er det benyttet dybdeintervjuer, og herunder semi-strukturerte intervjuer. Ved hjelp av intervjuguide med bestemte temaer og spørsmål, var det også rom for oppfølgingsspørsmål til informantene. Her er det lettere å bygge videre på det informanten har av kunnskap og forståelse for tematikken. Hensikten med dybdeintervjuet er å få en dypere forståelse av informantens motiver og holdninger til bruken av sosiale medier i rekrutteringsprosessen, noe vi eksempelvis ikke ville fått ved å sende ut spørreskjemaer.

Studien følger visse etiske retningslinjer for at ingen personlige informasjon skal lekke ut. Dette gjelder spesielt ovenfor informanten. Før intervjuet ble det derfor signert et samtykkeskjema, hvor informanten får tydelig informasjon om at dette er et anonymt intervju hvor all sensitiv informasjon vil bli håndtert konfidensielt.

Ved utarbeidelse av problemstillingen og studiens grunnlag var det viktig å anskaffe gode nok data via informanter som sikrer en høy grad av reliabilitet og validitet. Vi ser på vår utvelgelse av kandidater som en god målgruppe for vår problemstilling, da informasjon blir innhentet fra personer med forskjellige vinkler og erfaringer fra det norske næringsliv. Dette begrunnes med at vi oppsøker personer som både benytter sosiale medier i rekrutteringsprosessen, de som ikke gjør det og arbeidssøkers syn på at det blir benyttet. Dette gode grunnlaget for primærdata styrker etterprøvbarehetene til denne oppgaven.

## **Utvalgsstrategi**

Som problemstillingen til studien uttrykker ønsker vi å se på fordeler og ulemper ved bruk av sosiale medier i det norske næringslivet. Studien bygger på intervjuer fra ulike perspektiver, dette for å få et bredt inntrykk av alle personers tanker om bruken av sosiale medier. De ulike synspunktene vil gi et helhetlig inntrykk av omfanget og tanker rundt bruk av sosiale medier fra ulike aktører i næringslivet. Informanter vil bli innhentet gjennom arbeidsgivere og gjennom profesjonelt nettverk, samt å bli introdusert for personer de igjen kjenner og som passer til vårt utvalg. På denne måten får vi en aktuell målgruppe som dekker flere bransjer og som er representative for vår forskning. Herunder representanter fra finans, dagligvare, IT, event, shipping og rekrutteringsbransjen, i tillegg til arbeidssøkerne. I antall ble dette totalt ni

informanter. Dette er også med på å skape tryggere rammer for informantene og forskerne i selve intervjufasen.

## **Resultater**

Sosiale medier brukes hovedsakelig i start- og mellomfasen av rekrutteringsprosessen. I startfasen brukes sosiale medier til å opprette kontakt og for å skape interesse. Fra en arbeidsgiver sitt ståsted handler det om å tiltrekke seg og finne aktuelle kandidater, ved å være representert der arbeidssøkerne er. Herunder gjelder dette hovedsakelig ”de tre store”. I denne fasen bruker arbeidsgivere LinkedIn som et profesjonelt verktøy for å finne kandidater.

Det er en gjensidig forventning til å være aktiv på sosiale medier. Arbeidsgivere ser mot aktive brukere, fordi disse er mer synlige enn inaktive brukere. Arbeidssøkere ser derimot på sosiale medier og nettsider etter attraktive arbeidsgivere. Fra en arbeidssøker sitt ståsted handler det om å finne informasjon om arbeidsgivere, for å se hva de har å tilby.

Arbeidssøkere bruker den informasjonen de kan finne ut i fra hvilke sosiale medier arbeidsgiveren er aktive på, herunder også bedrifters hjemmesider. En informant bruker konsekvent sosiale medier til å få et helhetlig bilde av bedriftene det søkes jobb hos. Dette fordi informasjon fra en stillingsutlysning kan vike fra annen tilgjengelig informasjon (Vedlegg 8).

I mellomfasen brukes sosiale medier som en informasjonskilde, hvor en kan skape et inntrykk av aktuelle kandidater. Her benyttes alt fra Google-søk til informasjon fra private Facebook-profiler. Arbeidsgiverne ønsker å se hvordan kandidater fremstår på sosiale medier, for å kunne sammenligne dette med personen de eventuelt møter på intervju. Dette gjøres for å få et komplementært bilde av kandidaten. En informant viste også til en sammenligning av innsendt CV og den CV som fremkommer fra LinkedIn-profilen. Det er da et ønske å kunne se om kandidaten har laget en spesifisert CV til stillingen, eller kun har levert en generell CV. Dette ser informanten på som et bevis for hvor interessant denne stillingen er for arbeidssøkeren (Vedlegg 4).

Det er viktig at arbeidssøkere behandler sine profiler på sosiale medier profesjonelt og ærlig, for å fremstå mest mulig lik den personen de er. Arbeidssøkeres profiler kan virke inn i forhold til om en blir innkalt til intervju eller ikke. Det fremkommer at informasjon fra sosiale medier ikke innvirker etter intervjurundene.

Resultatene viser at bruk av sosiale medier i rekrutteringsprosessen virker tids- og kostnadsbesparende for bedrifter. Dette samsvarer med foreliggende teori, fremlagt ovenfor. Arbeidsgivere ser på bruk av sosiale medier som en mulighet til å møte nye kandidater, men også for å kjempe om de beste talentene i sitt marked. Samtidig gir sosiale medier mye informasjon en ellers ikke ville hatt tilgang til. Det er også en relasjonell fordel av sosiale medier, der en oppretter kontakt med hverandre. Sosiale medier virker innovativt på rekrutteringsprosessen, noe som er viktig for å følge med i tiden. Arbeidssøkere og Arbeidsgivere som er oppdatert på denne utviklingen har større mulighet for å få seg jobb eller for å finne riktig kandidat.

I forhold til informasjonsinnhenting brukes Facebook mest. Dette fordi denne siden har flest aktive brukere. Noen av informantene vurderte ikke informasjonen som privat, mens andre informanter respekterte informasjonen fra private kanaler til tross for at det brukes. Informasjon som legges ut på sosiale medier blir vurdert som offentlig informasjon av arbeidsgivere og en må derfor ta ansvar for hva en selv legger ut. Arbeidsgivere må vurdere om informasjonen som fremkommer er korrekt eller om informasjonen blir manipulert av kandidaten. Det er enkle grep som kan endre en persons fremtoning på sosiale medier, noe som påvirker hvordan en person vurderes.

Det kommer frem av en informant at personer som er aktive på sosiale medier favoriseres i forhold til inaktive personer. Her menes det at en aktiv bruker blir oppfattet som mer fremoverlent enn en person som ikke er aktiv, og at en derfor kan bli oversett (Vedlegg 7).

Det danner seg skepsis til å bruke sosiale medier med lite kunnskap og erfaringer på området. Dette øker også sannsynligheten for å gjøre feil vurderinger av tilgjengelig informasjon. Lite kunnskap er ofte grunnen til at sosiale medier velges bort som en del av rekrutteringsprosessen.

## Oppsummering av funn

Fordeler	Ulemper
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kostnadseffektivt</li><li>• Tidsbesparende</li><li>• Synliggjøre seg for talenter</li><li>• Relasjonsbyggende</li><li>• God tilgang til informasjon</li><li>• Skaper et komplementært bilde</li><li>• Følge med på den teknologiske utviklingen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Skille mellom privatliv og arbeidsliv</li><li>• Fare for uriktig informasjon</li><li>• Favorisering av kandidater</li><li>• Lite kunnskap kan føre til feil beslutning</li></ul>

## Styrker og svakheter ved studien

Studien vil få frem hvilke fordeler og ulemper sosiale medier har på rekrutteringsprosessen. Det er en svakhet at utvalget består av ni informanter. Det er et lite utvalg totalt sett, men allikevel en normal mengde i forhold til kvalitativ metode. Informasjon fra studien har blitt sikret gjennom å se problemstillingen fra ulike synsvinkler. På den måten er det gitt innblikk fra arbeidsgivere og arbeidssøkere. Noe som fører til at studien ikke fokuserer på kun en synsvinkel. Tross et lite antall informanter er de fordelt utover ulike bransjer for å kunne dekke ulikhetene som finnes. Informantene er hentet fra finans, dagligvare, IT, event, shipping og rekrutteringsbransjen, i tillegg til arbeidssøkerne. Det er allikevel bransjer som ikke er representert, samt at det ikke er dekket opp for differanser innad i bransjer.

Gjennom dybdeintervjuer har studien kunne grave dypere i hver informants meninger og holdninger til sosiale medier og rekruttering. Dette gjør at studien ikke er generaliserbar, men at den på en annen side kan knyttes opp mot eksisterende teori på fagområdet. Det gir også muligheter for videre forskning. Styrken i studien er at den går i dybden på hver informant og på den måten fremskaffer et standpunkt. For å sikre at studien fikk inn riktig informasjon ble det brukt en intervjuguider med temaer og spørsmål som skulle besvares, med mulighet for

utdypning og oppfølging. Dette var viktig for å kontrollere at relevante spørsmål ble besvart knyttet opp mot problemstillingen.

## **Konklusjon**

Gjennom resultatene fra studien kommer det frem hvordan sosiale medier brukes i en rekrutteringsprosess. Sammen med fordeler og ulemper ved dette, ønsker studien og bedre kunnskapsnivået på fagområdet, slik at bedre beslutninger kan fattes. Dette fordi sosiale medier fremskaffer problemstillinger veldig få bedrifter vil komme utenom i fremtiden.

Arbeidsgiveres bruk av sosiale medier medfører at arbeidssøkere må behandle sine profiler profesjonelt. Både de sosiale mediene som er ment til privat bruk, så vel som de som er profesjonelle. Arbeidssøkerne mener at det er rettferdig at slik informasjon blir vektlagt, de mener også at personer som legger ned arbeid i sine profiler skal få igjen for det og at det er likt for alle.

Det er ikke bare arbeidssøkerne som må opptre profesjonelt, men også bedrifter. Bedriftene blir vurdert ut i fra hvordan de fremstår. Arbeidssøkere ser på informasjon fra ulike kilder som stillingsutlysning, profiler på sosiale medier og oppfatningen gjennom intervju. Det fører til at også bedrifter må ha et forhold til hvordan de fremstår og hvordan de uttrykker seg i ulike fora.

Kampen om de beste talentene vil foregå på sosiale medier. Både fordi en kan nå ut til flere kandidater og passive søkere, men også fordi arbeidssøkere finner interessante arbeidsgivere som er synlige på sosiale medier. Bedrifter som ikke er synlige her kan få mindre interesse fra arbeidssøkere om det finnes lite informasjon. Det er på sosiale medier det meste kommer til å skje og den digitale verden kan bli avgjørende for bedrifters tilgang til ansatte.

For videre forskning er det interessante områder knyttet til hvordan bedrifter skaffer seg de beste talentene gjennom sosiale medier. Å kunne vite mer om hvordan en finner disse og hvorfor de blir interessante på grunn av sin atferd på sosiale medier. Det er også interessante områder knyttet til manipulering av profiler på sosiale medier. Det er ikke vanskelig å endre hvordan en fremstår på sosiale medier for å skape et annet bilde av seg selv. Etterhvert som sosiale medier blir viktigere og viktigere kan dette være en fremtidig problemstilling for

bedrifter. Spørsmålet blir da om arbeidsgivere har nok kunnskap til å kunne fatte beslutninger basert på informasjon fra sosiale medier? Videre er det uansett interessant å følge utviklingen. Det handler til syvende og sist om å ha rett person, på rett plass, til rett tid.

## Litteratur

- Bohnert, Daniel, William H Ross. (2010) The influence of social networking web sites on the evaluation of job candidates, *CyberPsychology Behavior & social networking*; Jun 2010; 13, 3
- Bullhorn Reach. (2013) North American social recruitment activity report: understanding social media use in recruiting, Apr 2013.
- Clark, Leigh, Sherry Roberts. (2010) Employer`s use of social networking sites: A socially irresponsible practice, *Journal of business ethics*; Sep 2010; 95, 4.
- Davison, H. Kristl, Catherine Maraist and Mark N. Bing. (2011) Friend or Foe? The Promise and Pitfalls of Using Social Networking Sites for HR Decisions, *Journal of Business & Psychology*; Jun 2011; 26, 2.
- Herbold, Joshua, Bambi Douma. (2013) Students use of social media for job seeking, *CPA Journal*; Apr 2013; 83, 4.
- Hunt, Kristin Gunderson. (2010) Finders Keepers: Social media strategies help find top talent, *Journal of Property Management*; Nov/Dec 2010; 75, 6.
- Integrerings og mangfoldsdirektoratet. (2010) Mal for intervjuguide, individuelt intervju, IMDI; lesedato 15.02.14  
<http://www.imdi.no/no/brukerundersokelser/Verktoy/Eksempeldel-2/>
- Roberts, Sherry J, Terry Roach. (2009) Social networking web sites and human resource personnel: Suggestions for job searches, *Business communication quarterly*; Mar 2009; 72, 1.
- Swami, Pad N. (2011) Recruiting Trends changing landscapes Challenges and Opportunities...a perspective, *Siliconindia*; Aug2011, 14, 8.
- Syedain, Hashi. (2013) The new rules of recruitment, *People Management*; Jul 2013.

Van Iddekinge, Chad H, Stephen E. Lanivich, Phillip L. Roth and Elliot Junco. (2013) Social media for selection? Validity and adverse impact potential of a Facebook-based assessment, Journal of management, Sage journals; Des 2013.

Webgruppen. (2014) Rekruttering på nett og sosiale medier, Webgruppen; lesedato: 21.05.2014 <http://www.webgruppen.no/kursoversikt/rekruttering-pa-nett-og-sosiale-medier-kurs-29-april-2014/#.U3yI1tzVtyc>

Ørstavik, Linda Johnsen. (2011) Rekrutterer med sosiale medier, Aftenposten; lesedato:15.03.2014  
<http://www.aftenposten.no/jobb/article3872590.ece#.UylhDpHU448>



## Vedlegg 1

Intervjuguide rettet mot personer som bruker sosiale medier i rekrutteringsprosessen.

Faser	Hovedtema	Underspørsmål/ Oppfølgingsspørsmål	Teorigrunnlag
Fase 1: Rammesetting	1. Uformell prat: <ul style="list-style-type: none"> <li>Småprat</li> <li>Opprette en trygg atmosfære for begge parter</li> </ul>		
	2. Informasjon: <ul style="list-style-type: none"> <li>Forklare hva oppgaven bygger på</li> <li>Informasjon om taushetsplikt og anonymitet. Signering av skjema.</li> <li>Avklare rundt opptak av samtalen</li> <li>Spørre om noe er uklart og om respondenten har noen innvendinger</li> </ul>		
Fase 2: Erfaringer	3. Overgangsspørsmål: <ul style="list-style-type: none"> <li>Hvilke erfaringer har du med sosiale medier i jobbsammenheng?</li> <li>Hvilke erfaringer har du med å drive en rekrutteringsprosess?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Spørre om arbeidserfaring knyttet mot sosiale medier og rekruttering</li> <li>Erfaringer alene eller i team?</li> </ul>	
Fase 3: Kjernefasen	4. Nøkkelspørsmål <ul style="list-style-type: none"> <li>Har du erfaring med å benytte sosiale medier i rekrutteringsprosessen?</li> <li>Hvordan bruker du sosiale medier og hvorfor?</li> <li>Har du noen gang ansatt noen eller valgt bort noen kandidater på bakgrunn av sosiale medier?</li> <li>Gjør sosiale medier at dere er bedre rustet for å nå de beste talentene?</li> <li>Hvor ofte bruker dere sosiale medier i rekrutteringsprosessen?</li> <li>Hvilke fordeler og</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hvilke konsekvenser har sosiale medier hatt for ditt arbeid?</li> <li>Brukes sosiale medier som et seleksjonsverktøy eller som enkel tilgang til informasjon</li> <li>Er det noe dere bruker ofte, eller kun av og til?</li> <li>Har du opplevd etiske problemer ved å skille privatliv og arbeidsliv ved bruk av sosiale medier?</li> <li>Forskjell på om det er</li> </ul>	Clark og Roberts 2010. Bohnert og Ross 2010. Davison, Maraist og Bing 2011. DeKay 2009. Hunt 2010. Roberts og Roach 2009. Van Iddekinge m.fl 2013.

	ulempe kan sosiale medier i rekrutteringsprosessen?	aktive og passive jobbsøkere?	
Fase 4: Tilbakeblikk	5. Oppsummering <ul style="list-style-type: none"> <li>• Har jeg forstått deg riktig?</li> <li>• Er det noe du vil legge til?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oppsummering av uttalelser</li> </ul>	

(Imdi 2010)

Fokus for oppfølgingsspørsmål:

- Spørre om å utdype det som blir sagt
- Forklare hvordan mekanismer fungerer
- Spørre om eksempler på det respondenten sier

## Vedlegg 2

Intervjuguide rettet mot personer som ikke bruker sosiale medier i rekrutteringsprosessen.

Faser	Hovedtema	Underspørsmål/oppfølgingsspørsmål	Teorigrunnlag
Fase 1: Rammesetting	1. Uformell prat: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Småprat Opprette en trygg atmosfære for begge parter</li> </ul>		
	2. Informasjon: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forklare hva oppgaven bygger på</li> <li>• Informasjon om taushetsplikt og anonymitet. Signering av skjema.</li> <li>• Avklare rundt opptak av samtalen</li> <li>• Spørre om noe er uklart og om respondenten har noen innvendinger</li> </ul>		
Fase 2: Erfaringer	3. Overgangsspørsmål: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvilke erfaringer har du med sosiale medier i jobbsammenheng?</li> <li>• Hvilke erfaringer har du med å drive en rekrutteringsprosess?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spørre om arbeidserfaring knyttet mot sosiale medier og rekruttering</li> <li>• Erfaringer alene eller i team?</li> </ul>	
Fase 3: Kjernefasen	4. Nøkkelspørsmål <ul style="list-style-type: none"> <li>• Har du tidligere erfaringer med bruk av sosiale medier i rekrutteringsprosessen?</li> <li>• Hvorfor velger du å ikke bruke sosiale medier?</li> <li>• Hvordan synes du sosiale medier burde behandles ift. rekruttering?</li> <li>• Ser du noen etiske problemstillinger knyttet til sosiale medier og rekruttering?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forhøre seg om hvorfor personen evt. har gått vekk fra sosiale medier.</li> <li>• Er det et bevisst eller ubevisst valg at sosiale medier ikke blir brukt.</li> <li>• Mister dere konkurransekraft</li> </ul>	Clark og Roberts 2010. Bohnert og Ross 2010. Davison, Maraist og Bing 2011. DeKay 2009. Hunt 2010. Roberts og Roach 2009. Van Iddekinge m.fl 2013.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hva tenker du om kampen om de beste talentene ift. konkurrenter som benytter sosiale medier?</li> <li>• Hvordan ser du for deg rekruttering og sosiale medier i fremtiden?</li> </ul>	<p>t eller kompenseres det med andre elementer?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vurderes det å ta det i bruk?</li> </ul>	
Fase 4 Tilbakeblikk	<p>5. Oppsummering</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Har jeg forstått deg riktig?</li> <li>• Er det noe du vil legge til?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oppsummering av uttalelser</li> </ul>	

(Imdi 2010)

Fokus for oppfølgingsspørsmål:

- Spørre om å utdype det som blir sagt
- Forklare hvordan mekanismer fungerer
- Spørre om eksempler på det respondenten sier

## Vedlegg 3

### Intervjuguide rettet mot jobbsøkere

Faser	Hovedtema	Underspørsmål/oppfølgingsspørsmål	Teorigrunnlag
Fase 1: Rammesetting	1. Uformell prat: <ul style="list-style-type: none"> <li>Småprat</li> <li>Opprette en trygg atmosfære for begge parter</li> </ul>		
	2. Informasjon: <ul style="list-style-type: none"> <li>Forklare hva oppgaven bygger på</li> <li>Informasjon om taushetsplikt og anonymitet.</li> <li>Signering av skjema.</li> <li>Avklare rundt opptak av samtalen</li> <li>Spørre om noe er uklart og om respondenten har noen innvendinger</li> </ul>		
Fase 2: Erfaringer	3. Overgangsspørsmål <ul style="list-style-type: none"> <li>Hvilke erfaringer har du som jobbsøker?</li> <li>Har du noen erfaringer med sosiale medier som jobbsøker?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Søkt mange jobber?</li> <li>Deltatt på mange intervjuer?</li> </ul>	
Fase 3: Kjernefasen	4. Nøkkelspørsmål <ul style="list-style-type: none"> <li>Hvordan bruker du selv sosiale medier som jobbsøker?</li> <li>Hva tenker du om at bedrifter sjekker en jobbsøkers profil på sosiale medier?</li> <li>Hvordan ser du på at bedrifter bruker</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bruker du det aktivt?</li> <li>Hva tenker du om at sosiale medier kan vektlegges i en rekrutteringsprosess?</li> </ul>	Bohnert og Ross 2010. Clark og Roberts 2010. Davison, Maraist og Bing 2011. DeKay 2009. Lavezzi og Meccheri 2011. Herbold og

	sosiale medier i sin rekrutteringsprosessen? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Er du bevisst på hvordan du fremstår på sosiale medier?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synes du det er etisk riktig at bedrifter bruker dette?</li> <li>• Hvordan jobber du med din profil på sosiale medier?</li> </ul>	Douma 2013. Hunt 2010. Roberts og Roach 2009. Van Iddekinge m.fl 2013.
Fase 4: Tilbakeblikk	5. Oppsummering <ul style="list-style-type: none"> <li>• Har jeg forstått deg riktig?</li> <li>• Er det noe du vil legge til?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oppsummering av uttalelser</li> </ul>	

(Imdi 2010)

Fokus for oppfølgingsspørsmål:

- Spørre om å utdype det som blir sagt
- Forklare hvordan mekanismer fungerer
- Spørre om eksempler på det respondenten sier

## Vedlegg 4

Transkribering:

Intervjuobjekt er med i en HR gruppe ved et mellomstort firma i Oslo. Som har valgt å bruke sosiale medier i rekrutteringsprosessen.

I= informant

F=forsker

Vi startet samtalen med hilse på hverandre og hadde en veldig uformell tone da dette er en god bekjent av forsker. Dette var også med på å skape en trygg atmosfære for begge parter, da verken forsker eller informant hadde vært med på dette før. Vi hadde plassert oss hjemme i stuen til informanten med en kopp kaffe og litt småkjeks. Praten ble tatt i sofaen, hvor vi begge etablerte en avslappet holdning gjennom den uformelle praten. Papir om lovlig opptak ble signert.

F: Vel vi får sette i gang.

I: Den er god.

F: Du har endret litt kurs i karriere har jeg forstått?

I: ja det stemmer. Jeg har etter mange års arbeid med forsikringer til store båtselskaper gått over i en HR rolle i selskapet jeg arbeider i. Dette var en utfordring jeg følte passet meg veldig og jeg ønsket å prøve meg innen noe helt annet.

F: hva slags arbeid gjør du i denne HR rollen?

I: Jeg driver stort sett med alt som ligger til en HR stilling. Alt fra intern oppfølging til ansettelser. Det eneste jeg i grunn ikke gjør er å arbeide med lønninger. Men! Jeg bestemmer hva lønningene skal være! (smiler fornøyd).

F: Riktig. Hvor lenge siden er det du startet i denne HR rollen?

I: Skal vi se. Vi må gå tilbake til 2004-2005, da hadde vi litt internt rot. Vi slet med forsikringsselgere og fikk kritikk for dårlig oppfølging av kunder. Det var da jeg fikk ansvar i sammen med 4 andre personer om å ordne opp i de forskjellige avdelingene. Etter 1 og ½ år følte vi at arbeidet vi hadde lagt ned begynte og vises. Vi 5 som hadde arbeidet med dette foreslo for sjefen at vi trengte et internt oppfølgingssystem og en HR Besetning som kunne følge opp og ha ansvar for personell slik at vi ikke skulle havne i denne situasjonen igjen.

F: så da

I: ja nå besvarte jeg kanskje ikke spørsmålet ditt veldig presist (latter fra begge parter). Jeg har arbeidet med HR fast siden 2006. Det blir altså 8 år nå.

F: det er blitt såpass med år ja. hva slags erfaringer har du med bruk av sosiale medier i rekrutteringssammenheng?

I: det har begynt å bli litt. De første årene var dette veldig nytt og ferskt for oss. Så vi brukte det ikke. Dette var noe vi begynte med i 2010. vi begynte å se nytten av det etter at vi hadde hatt en del opprydning i personellet som rett og slett ikke passet til å arbeide med store shippingselskaper, som gjerne krever mye når de først krever noe. Noe som ikke er så veldig rart når det er snakk om kontrakter opp mot to sifre antall millioner. Vi forsto rett og slett at hvordan personer oppførte seg utenfor arbeidet ofte var hvordan personer handlet på arbeidsplassen også.

F: hvor mange personer er du med på å rekruttere ca. i året?

I: vi har de siste årene etablert en relativt stabil ”stall” men si ca. 1 person annenhver mnd. Det finnes selvfølgelig andre mindre stillinger i tillegg til dette. Men i forhold til relevansen du er ute etter er det der en plass.

F: ok. Så dere velger i enkelte tilfeller å ikke bruke sosiale medier når dere rekrutterer?

I: ja, det er helt avhengig av stillingstypen. Vi har utarbeidet ulike maler ettersom hvor viktig stillingen er.

F: ok. Hvis jeg har forstått deg rett da, så har dette med å bruke sosiale medier kommet mer og mer med tiden, og det blir brukt til viktige stillinger, og dere har sammen utarbeidet dette og fått forståelse av denne nytten sammen internt og etter prat med andre?

I: det er helt korrekt (brett smil, begge tar litt kjeks og kaffe).

F: hvordan bruker dere sosiale medier i forhold til rekrutteringsprosessen?

I: vi bruker det til å gjennomføre en bakgrunnsjekk. Dette er med på å gi oss et bilde av kandidatene som er aktuelle ut ifra CV-en deres. Vi føler at vi på denne måten er mer klare for å intervju hver og en person. Alle er forskjellige, og jeg syntes derfor at det blir litt feil å stille samme standardiserte spørsmål til alle. Mye er likt. Men enkle ting som i forhold til interesser osv. Enkelt å greie for å få personen litt ut av den veldig formelle posisjonen. La han eller hun være seg selv litt. Det er den kollegaen skal arbeide med. Ikke stein ansiktet til personen.

F: er det noe spesielt sosial medium du foretrekker?

I: Hmm, altså et enkelt søk på personens navn gir oss gjerne mer enn nok av bakgrunn til personen. Der er facebook og linkedin de plattformene som oftest kommer frem. Her ser vi



gjern på dette med sterke meninger, og lignende for å få et sterkere bilde av personen. En linkedin profil gir oss gjerne en ide om CV-en som er sendt er standardisert eller om den er tilrettet den jobben personene har søkt. For å se om han eller hun faktisk ønsker den.

F: er det andre sosiale medier som blir brukt?

I: enkelte personer er flinke til å være i aviser etc. Dette sees også gjerne igjennom.

F: hvor stor vekt legger du på dette med fremtreden i sosiale medier?

I: som jeg sa så blir det litt viktig, da det gjerne gjenspeiler hvordan personen vil være i jobbsammenheng. Men først og fremst blir det brukt for å få et helhetlig inntrykk av personen og et bilde av kandidatene, samt finne vinkler for å få kandidatene til å være litt mer seg selv i intervjuet som til dels kan være veldig formelt.

F: har du noen gang valgt bort en kandidat på grunn av sosiale medier?

I: ja det har jeg.

F: kan du si litt mer om hvorfor?

I: hehe, joda. Enkelte personer har sterke meninger om rederiere og generelt rikmansfolk. Noe det er mye av innenfor denne bransjen vi arbeider innen. For å ta et konkret eksempel, hadde vi en person som likte å skrive nedverdige ord om personer som Røkke. Han hadde også leserinnlegg i VG om hvor lei han var av disse folkene som vi arbeider mye med. Det var i grunn veldig synd, for personen var til dels overkvalifisert for den jobben han var tiltenkt. Men tanken på at han fort kunne møte på Røkke på møter eller konferanser gjorde det umulig å tørre å ansette han. Dette er også et godt bevis for oss over viktigheten av å i hvert fall ta en liten bakgrunnssjekk på kandidaten som kjemper om stillingen.

F: jeg tror jeg har forstått det men spør allikevel, når i prosessen benytter du sosiale medier?

I: det er gjerne etter å ha plukket ut de aktuelle kandidatene på bakgrunn av den CV-en de har sendt oss. Og før vi velger å kalle inn personer til intervju.

F: har du noen gang benyttet selskaper som driver kun med rekruttering?

I: nei, eller vi brukte vel et slikt selskap til en toppstilling en gang, men ikke noe jeg har noe erfaring med.

F: opplever du det som etisk riktig å bruke sosiale medier i forhold til rekruttering?

I: nå henger jeg ikke helt med. (rynker øyne forstår tydelig ikke helt hva som menes).

F: jo altså, i forhold til at for eksempel facebook er et medium som er skapt for å holde kontakt med venner og bekjente.

I: jeg skjønner. Godt poeng, det er noe jeg i grunn ikke har tenkt så mye over. Men første tanke går på at informasjon som er tilgjengelig bør kunne brukes. Dette for at et riktig valg

skal bli tatt i forhold til å skaffe seg rett kandidat. Vi får jo ikke akkurat undersøkt lukkede profiler.

F: hva gjør du hvis det er luket profil og ingen linkedin?

I: å ikke finne noe informasjon om en kandidat på nettet har jeg enda ikke vært med på.

(smil).

F: ser du noen ulemper ved bruk av sosiale medier?

I: ja det gjør jeg absolutt. Du ga meg akkurat noe å tenke litt over. Nemlig dette med etikk. Men jeg tror dette fort blir glemt de fleste plasser. Videre er det noe som jeg arbeider mye med for å klare. Nemlig dette med å skille mellom privatliv og arbeidslivet. Dette er på bakgrunn av at jeg mener det henger godt sammen, det er viktig å ikke pirke ut alle små håra av kammen heller. Vi alle har ting i det private. Dette er en hårfin balanse som jeg arbeider med hver gang jeg gjør bakgrunnssjekk.

Samtidig blir det sett på, jeg mener derfor at unge bør tenke på hvordan de fremtrer på nettet. Har man først sett noe er det vanskelig å endre inntrykket. Førsteintrykket er laget allerede på en måte.

F: jeg føler i grunn du har gitt gode svar på det jeg ønsket å vite nå. Er det noe du selv ønsker å tilføye eller lurer på?

(siste slurken med kaffe går på høykant).

I: tja, sett fra mitt ståsted vil jeg si at det er viktig for unge jobbsøkere å opptre respektabelt på sosiale medier samtidig som er god cv er viktig. Med dette mener jeg at man ikke trenger å og lengst ut i ytterkantene med sine meninger. Dette kan se dårlig ut og kan etter min oppfatning koste deg drømmejobben.

F: Takk for at du stilte til intervju, dette har vært til stor hjelp for meg og min gruppe i forhold til bacholeroppgaven vår.

I: bare hyggelig å kunne hjelpe! Si ifra hvis jeg kan svare på noe mer dersom du føler du har glemt noe i ettertid. Du vet hvor jeg bor! (God latter).

## Vedlegg 5

Transkribering:

Jente som er ferdig med sine studier til sommeren. Til nå ”enkle ” jobber som butikkmedarbeider. Ønsket fremtidig stilling, innenfor ledelse.

F: Forsker

I: Informant

Vi møtes ved høyskolen i Vestfold (HIVE). Dette er utdanningsinstitusjonen til informanten. Det var en svipptur for forsker og ypperlig for informant. Vi hadde bukket et grupperom for anledningen for å skape ro. Dette for å isolere for forstyrrelser. På forhånd hadde forsker utsendt et skriv med informasjon. Dette ble tatt frem igjen før intervjuet startet, samt at en samtykkeerklæring ble undertegnet. Med dette følger at intervjuobjekt stilles anonym og at opptaket vil bli slettet etter at det er transkribert.

Vi startet med å snakke litt om tykt og tynt for å sette stemningen tilbake til normalen, ettersom det gjerne blir litt formelt når man kommer i en ukjent setting. Etter å ha løst opp stemningen gikk vi i gang med de virkelige spørsmålene.

F: Er du i arbeid i dag?

I: Nei akkurat i dag sitter jeg med deg! Hehe.

F: hehe, kremt. La meg endre meg litt. Hvordan er din arbeidssituasjon per tid?

I: For tiden arbeider jeg ved en Menybutikk.

F: hva slags arbeid utfører du der?

I: jeg har låseansvar, og passer på at ting som skal bli gjort blir gjort. Dette er ypperlig for meg, siden jeg har et ønske om å arbeide med ledelse av mennesker når jeg er ferdig med studiet. Noe som nærmer seg.

F: Riktig. Hva slags erfaringer har du som jobbsøker?

I: Du, jeg har kun søkt på denne jobben som jeg har nå. Jeg er derimot ganske på, og undersøker mye nå om dagen, siden det snart er på tide å ta et steg videre i karrieren. Jeg har derimot fått litt erfaringer etter hvert nå, siden jeg har vært i 3 jobbintervjuer til nå.

F: hva slags erfaringer drar du ut av det å være i jobbintervjuer?

I: Jeg forsøker å spørre de som intervjuer meg om hvordan jeg svarer for meg, noe jeg sikker kommer til å spørre deg om også. All erfaring er god erfaring!. Dette gjør jeg for å hele tiden nærme meg målene mine.

F: og hva er målene?

I: målet er helt klart å arbeide med ledelse av sykehusdrift. Men jeg ser at jeg mulig må ta en del annet først for å komme dit.

F: har du gjort deg opp en tanke om hva slags effekt din sosiale medier bruk kan ha for din karriere?

I: Min far arbeider innen ledelse, og han har alltid sakt at jeg skal være litt forsiktig med hva jeg putter på nettet. Jeg har i grunn vært klar på hva jeg ønsker i mange år. Og min far har derfor alltid sakt at jeg bør tenke lenger en ørene mine rekker. Det han mener med det er at det jeg skriver, liker eller kommentere er mulig å spore. Og som min far sier ” tro meg, når du har søkt en jobb vil du bli kontrollert i forhold til din oppførsel på sosiale medier.

F: riktig, så du har et veldig klart bilde av hvordan du bør opptre på sosiale medier?

I: Jeg har et veldig klart bilde av hvordan jeg syntes sosiale medier skal bli brukt. Men jeg bruker det, i aller høyeste grad. Jeg mener ikke at det er negativt. Men at man bør være litt forsiktig. Det er ikke sikkert at jeg bruker facebookprofilen min slik min far ønsker at jeg skal. Men jeg tenker over det ja.

F: hvis jeg forstår deg riktig da, så har du veldig bevist på hvordan du fremstår på sosiale medier?

I: Ja, det er noe jeg gjør. Men hele tiden ut i fra hvordan jeg er som person også. Det å skape et ideal om hvordan jeg er blir også for meg feil. Det vil kun skape store kontraksjoner når jeg møter arbeidsgivere.

F: hva slags sosiale medier benytter du i dag?

I: Jeg har en facebookprofil, samt en linkedin profil.

F: gjør du noe spesielt med disse profilene?

I: Jeg har lagt ned en del timer etter hvert ja. ikke på facebookprofilen min. Men på linkedin profilen. Dette fordi det er med på å skaffe meg et profesjonelt nettverk som jeg kan bygge på. Samt at jeg har noen venner som har fått konkrete jobbtillbud kun ved å ha en god linkedinprofil.

F: har du eksempler

I: nå skal jeg vel kanskje ikke nevne navn, men en god venn av meg fikk for ca. et år siden et jobbtillbud fra Visma som logisikkmedarbeider kun utfra linkedinprofilen.

F: personen ble altså rekruttert direkte gjennom linkedin?

I: ja, han var jo i intervjuer og slik, men det var der han ble funnet.

F: spennende. Hva syntes du om at folk får jobben på bakgrunn av en profil på nettet?

I: for meg handler det om å følge med i tiden. Jeg syntes det er fullt fortjent. Vi som legger ned timer i en slik profil gjør jo en jobb med det ikke sant. Og det er ikke slik at en linkedinprofil gjør at du får jobben, så vidt meg bekjent er det vanlig å bli hentet til intervjuer gjennom det. Men man må jo fortsatt gjøre en jobb for å få jobben. Men slik profiler åpner muligheter for deg. Du kan skape et nettverk på tvers av landegrensene og i hele landet. Der du tidligere kun hadde nettverk i den byen du bodde i.

F: Har du noen flere tanker du ønsker å dele med meg?

I: hmm. Nei har jeg det. Det å bruke sosiale medier blir jo mer og mer aktuelt, så jeg syntes det er spennende å se at dere har valgt å skrive bachelor om det. Si ifra hvordan det går. Og om dere finner noe spennende.

F: det skal jeg gjøre. Takk for pratene.

I: illige måte dersom jeg kan hjelpe med noe annet er det bare å si ifra!

## Vedlegg 6

Transkribering:

Intervju av en sjef for 114 ansatte ved en Dagligvarehandel

F: forsker

I: informant

Vi møtes på arbeidsplassen til denne sjefen. Og går inn på kontoret hans. Her har vi rigget oss til med kaffe og sitter rett ovenfor hverandre. Vi småprater og tykt og tynt og underskriver samtykkeskjema før jeg spør om vi skal komme i gang.

F: hva slags erfaring har du med sosiale medier i jobbsammenheng?

I: på facebook tenker du på?

F: ”nikker samtykkende”, ja eller twitter, linkedin eller enkle Google søk etter personer.

I: Jeg bruker ikke det.

F: ok, hvilke.....

I: eller jeg gjør jo i grunn det. Tror jeg. Altså hver gang det kommer en person som spør etter jobb her, enten det er en ungdom eller voksen person så pleier jeg å søke opp navnet på facebook.

F: ja riktig. Så da benytter du sosiale medier i rekrutteringsprosessen da?

I: ja jeg gjør vel kanskje det da.

F: hvordan bruker du det? Du sier at du kun benytter facebook?

I: ja kun facebook for det er det eneste jeg har. Men det jeg gjør da er i grunn å søke på navnet til personen som har lagt igjen en cv her.

F: hva er det du ser etter da?

I: jeg ser etter kommentarer og statuser. For eksempel hvis noen skriver ” søern syk igjen. Eller kommenterer åååå, jeg vil også være i synde men må på jobb” men det er jo ikke så farlig”. Da blir jeg skeptisk med en gang.

F: hva er du skeptisk for?

I: nei altså. For meg så er det slik at slik du oppfører deg utenom jobb vil du også agere på jobb. Og her som vi skal ha god service og oppadgående medarbeidere er jeg nøye på at folk ikke er syke hele tiden og var på fylla dagen før jobb osv.

F: riktig, hvordan erfaringer har du med rekrutteringsprosess?

I: erfaring og erfaring. Men jeg har nå ansatt bortimot 15 mennesker årlig i 15 / 16 år nå. Men det er jo ikke store prosessen.

F: hva gjør du ?

I: Jeg har vel i grunn aldri søkt etter folk. Dette er en veldig attraktiv arbeidsplass i og med at det er en av landets beste menybutikker. Men jeg ser nå først på CV-ene jeg får inn, så hører jeg litt rundt med bekjente for å høre hva slags folk det er, og ser på de på facebookken. Jeg vet at jeg helt klart burde gjort et bedre stykke arbeid. Men det er som sakt så mange som 100 mennesker som er innom å spør etter jobb årlig så jeg kan i grunn bare plukke ut.

F: jeg forstår. Dette er noe du gjør helt alene?

I: ja det er riktig. Men det er som sakt ikke store greiene. Må ha litt flaks å vet du.

F: hehe. Ja. men har du noen gang valgt å ikke ansette noen på bakgrunn av facebook da?

I: ja det har jeg.

F: syntes du det er etisk ok?

I: helt ærlig så bryr det meg lite. Men hvis jeg skal tenke over det. Ja hvorfor ikke? De har jo selv valgt å legge ut informasjon der. De må da regne med at andre leser det.

F: jeg tenker i forhold til at du aktivt søker slik informasjon.

I: aktivt og aktivt. Jeg søker nå bare på navnet. Det ville jeg anta at de fleste som ansetter mennesker gjør nå i dag. Hvi ikke bør de jommen gjøre det. For det er mye gratis informasjon å hente om personer der ute.

F: er det noen grunn til at du ikke bruker sosiale medier mer aktivt?

I: det har jeg rett og slett for lite kunnskap om. Samtidig som det nok ikke er så relevant innenfor de stillingene vi normalt rekruttere til. Jeg husker vi brukte et slik firma når vi ansatte senterlederen vår her. Men det styrte ikke jeg noe med. Bare leide de inn.

F: Har du hørt om linkedin?

I: ja det har jeg. Men jeg tror ikke det er så mange som er ute etter en slik type stiling der.

F: er det et bevist valg å ikke bruke sosiale medier?

I: ja, jeg har ikke nok kunnskap om det som sakt. Til å bruke det mer en det jeg gjør. Men jeg likte det du sa i sta. Det med å ta et enkelt Google søk på personer også. Rett og slett for å få litt bakgrunnsinformasjon om personer. Det koster så lite tid. At det er dumt å ikke gjøre det.

F: hva tenker du om kampen om de største talentene i forhold til konkurrenter?

I: det er for lite konkurranse her til at det er noe problem. Men vi ser det nå som noen i ledelsen begynner å dra på årene at vi må få inn nye. Og da i mer ledene stillinger som det kreves mer for å rekruttere til. Men der kommer jo du inn i bilde nå i fremtiden.

F: hva tenker du om rekruttering og sosiale medier i fremtiden?

I: Det slipper jeg å tenke så mye på. Det vet jeg at du har masse kunnskap om, og vil gjøre en perfekt jobb med. Men min tanke er at det blir mer og mer viktig i mellomleder og lederstillinger.

F: da føler jeg at jeg har forstått deg riktig. Noe mer du vil legge til?

I: husk at du åpner i morgen opp 0600!

F: hehe. Så klart. Vi hør.



## Vedlegg 7

### Transkribering

Hvem: Sjef med rekrutteringsansvar

Hvor: Informantens arbeidsplass

Intervjuet ble avholdt på informantens kontor. Etter vi hadde hentet noe å drikke og fått satt oss ned tok vi en ny gjennomgang av hva vi skriver om i oppgaven. Det blir vist til informasjonsbrevet som informanten på forhånd hadde fått tilsendt. Videre tok vi en gjennomgang av samtykkeerklæringen, hvor informanten godtok at vi gjorde opptak av intervjuet for etterarbeid.

F: Forsker

I: Informant

F: For å starte blir hovedspørsmålet om du bruker sosiale medier på noen måte når du rekrutterer?

I: Ja, det gjør vi.

F: Vi har på en måte bygd opp oppgaven med ulike perspektiv. Der vi deler opp i om personen bruker sosiale medier eller om personen ikke bruker det.

I: Ja, vi gjør det. Stort sett er det HR-avdelingen vår som gjør alt det skriftlige. Der skal vi forholde oss til maler. Så når vi skal analysere eller gjøre det ekstern er det de som styrer det. Om jeg ønsker å analysere noe på LinkedIn, så gjør vi det. Jeg har ikke brukt det i noen stillinger vi har nå, men jeg har brukt det tidligere i andre roller. Jeg har ikke rekruttert noen til denne arbeidsplassen gjennom LinkedIn, det har jeg ikke gjort. Enn så lenge.

F: Har du noen erfaringer med sosiale medier i jobbsammenheng generelt?

I: Tenker du bare i forhold til rekruttering nå?

F: Nei, da tenker jeg med generelt i arbeidshverdagen. Om det er et aktivt verktøy.

I: bedriften er jo på Facebook. Jeg vet ikke om du har sett det?

F: Jo, det har jeg fått med meg. Har sett gruppen.

I: Vi har et eget facebookteam her på jobben. Det styres av det tekniske teamet. Og vi blir jo mer og mer aktive på facebook. Bedriften er jo ikke de som er først ute med sosiale medier, men vi kommer. Men nå har vi ulike kampanjer. Blant annet nå i påsken. Type ”trykk liker og

du kan vinne et påskeegg”. Der er vi også. Og det er egentlig i den forbindelse vi bruker det, det er viktig å være synlig.

F: Hvor lenge har du hatt rekrutteringsansvar?

I: Hatt det siden 2005. Så det er blitt 9 år.

F: Dette var en liten innledning. For å danne grunnlaget videre. På hvilken måte bruker du sosiale medier i rekrutteringsprosessen?

I: Min tanke og det viktigste for meg er å synliggjøre at vi trenger folk. Synliggjøre kompetansen. Og selvfølgelig også i forhold til konkurrenter. Jeg følger mye med på sosiale medier, for det kommer mye informasjon derfra. Også om våre konkurrenter. I forhold til rekrutterings spesielt er det for å synliggjøre at vi trenger mennesker og forsøke å få flest mulige aktuelle søkere.

F: Brukes det i noen form for å skaffe informasjon om kandidater?

I: Ja, det har det gjort. Spesielt LinkedIn er jo et veldig godt verktøy der. Jeg ser flere og flere som legger ut sin CV der. Og har brukt det verktøyet lenge og begynner å få noen kontakter på det. Og da ser jeg med en gang at noen deler noe, så ”popper” det opp. Og da deles det rundt i nettverket. Og sånn spres det. Så ja, definitivt.

F: Hvilke konsekvenser vil du si sosiale medier har ift. din arbeidshverdag? Gjør sosiale medier det enklere eller mer komplisert?

I: Det jo enklere å få tak i informasjon. Som før ikke var så tilgjengelig. Så er det jo noen etiske regler som man bør og skal følge. Jeg er ikke så interessert i å Google hvert enkelt intervjuobjekt for å finne mest mulig rusk. Jeg er mest interessert i å se hvor de er på sosiale medier. For å se hvor de er. Vi jobber i finansbransjen og da er det ekstra viktig at vi ikke har folk som har vært borte i snusk tidligere. Det har med troverdigheten å gjøre. Har du vært med på ulike realityserier er du ikke den som står først i køen.

F: Også ift. at du kom inn på det med etiske problemer. Har du noen opplevd problemer ved f.eks. Facebook som er laget til private årsaker knyttet opp mot rekruttering?

I: Ja, jeg har nok søkt opp folk på Facebook. Ikke alltid, men det har jeg gjort. Men det er ikke nødvendigvis for å finne grums. Det handler mer om å se hvordan kandidaten presenterer seg selv, og det er interessant for en arbeidsgiver selv om det er en privat kanal. Men det er helt sånn overordnet. Det viktigste for meg er LinkedIn, men ikke så mange jeg har rekruttert har vært på LinkedIn. Noe det har vært i tidligere jobber. Og da kan du få mye mer informasjon. Og se hvordan de presenterer seg, hva de har gjort og for å se om dette samsvarer med hvem de presenterer seg som. Se hva de sier på intervju for å se om det er en sammenheng i det som sies og det som presenteres.

F: Hva tenker du om sosiale medier med tanker på bakgrunnssjekk og det å finne informasjon. Tror du det kan favorisere visse jobbsøkere?

I: Jeg tror at det kan favorisere. Fordi vi lever i en digital verden. Og mitt inntrykk er at om du ikke deltar der så går du glipp av noe. Det handler om hvordan man er og hvor fremoverlent du er som person. Jeg sier ikke at alle må være på Facebook eller LinkedIn. Det gir uansett et inntrykk. Favorisering. Vanskelig å si. Synes det er vanskelig å si ja eller nei. Jeg har hvert fall aldri opplevd å finne ting som gjør at personen ikke blir ansatte. Men har ikke tenkt så mye over favorisering. Jeg får uansett et inntrykk av hvor du er. Skal det f.eks. rekrutteres til en IT-stilling og du ikke er på sosiale medier, så er du ikke aktuell.

F: Så det har litt med stillingens karakter å gjøre også?

I: Veldig mye med stillingens karakter å gjøre. Det synes jeg.

F: Har det noen gang bidratt til at denne personen vil vi ansatte, eller valgt vekk noen? Hvis det har vært tvilstilfeller.

I: Det har ikke vippet den negative veier. Det har nok vippet positivt, fordi inntrykket har stemt godt overens med det personen sier. Sånn sett så kan det kanskje ha vippet i riktig retning.

F: Som du sa er ikke bedriften de kjappeste på sosiale medier, men det kommer allikevel mer og mer..

I: hehe, joda.

F: Føler du at det gjør at dere står bedre rustet til å nå de beste talentene og de dere helst ønsker å nå?

I: Helt klart. Fordi det handler om å være der kandidatene er. Og de personene vi skal ha tak i, de er på sosiale medier. Det er der det skjer nå. Selvfølgelig annonseres det gjennom Finn.no, men det er gjennom Facebook og LinkedIn spesielt du får tak i. Det er nettverksstyrt. Hvis jeg vet at en bedrift er på jakt etter en hvis type ansatte og jeg har det i mitt nettverk så anbefaler jeg den personen videre. Det er sånn det foregår. Ofte foregår rekruttering gjennom bekjentskaper og anbefalinger. Det en ofte kaller om de stillingene som ikke blir utlyst. Det går på nettverk.

F: Vil du tenke at bedrifter som kanskje ligger etter og/eller vegrer seg for å bruke sosiale medier. Tenker du at de kan miste verdifull kompetanse og have litt bakpå i kampen om de beste talentene?

I: Helt klart. For de beste kandidatene vil ikke jobbe hos en arbeidsgiver som ikke er der det skjer. Det blir mer og mer viktig i fremtiden. Kunden ønsker å betjene seg selv og da må du legge tilrette for det. Er du ikke på den arenaen blir du heller ikke vurdert. Tror jeg.

F: Så i fremtiden tenker du at alle, selvfølgelig basert på hva en jobber med og bransje. I det store og det hele bør alle bedrifter være tilstede på sosiale medier?

I: Definitivt.

F: Brukes sosiale medier strategisk eller blir det mer individuelt at en tenker at dette er en god kanal så det tar jeg initiativ til å bruke?

I: Jeg vil ikke si at det er strategisk her i bedriften. Det er heller opp til hver enkelt leder og se hvor en vil annonsere og benytte seg av de mulighetene som finnes.

F: Så det blir mer individuelt initiativ på hvordan en skaffer sine ansatte.

I: Ja, enn så lenge er det sånn. I tidligere jobber jeg har hatt var det en del av strategien. Spesielt LinkedIn og annonsere på sosiale medier.

F: Gjaldt det også ift. å søke opp informasjon om jobbsøkere eller var det kun ift. annonsering?

I: Kun ift. annonsering.

F: Kan du se for deg noen ulemper ift. sosiale medier og hvordan det vokser frem?

I: Mange. Det er lett å bli misoppfattet. Det er litt sånn at, om du har gått på en smell en gang er det vanskelig å bli kvitt. Det er selvfølgelig ikke bare med sosiale medier, men også gjennom Google. Så du må tenke deg litt om ift. at de valgene du tar tidlig i livet, de henger med videre. Og da spesielt dårlige valg kan få alvorlige konsekvenser. Nei, altså det er flere uheldige aspekter ved det. Det er mange caser i media ift. at arbeidsgiver går inn. Jeg vet ikke om du så den saken, hvor en fikk sparken fordi hun var langtids sykemeldt og hadde lagt ut bilder av at hun var på ferie.

F: Jo, den så jeg.

I: Ja. Og da tenker jeg at arbeidsgiver tilgang til informasjon, samtidig kan det bli misoppfattet. En arbeidsgiver er på en måte ikke en lege, men det ser kanskje ikke så heldig ut om en medarbeider er langtids sykemeldt og legger ut bilder av hvor flott en har det. Da sender det litt feil signaler.

F: Ja, helt klart.

I: Og det kan bli litt feil. Sånn sett får jo omverdenen tilgang til mer informasjon. Og kanskje ikke riktig informasjon. Det er vanskeligere å beskytte seg mot det. Sånn som på Facebook, der tagges man hit og dit, ting deles etc. Og ingen av oss vet vel egentlig bildene havner hen og hvem som har tilgang til de. Det bør man kanskje tenke på. Ja, det er det jeg kommer på i farten. Det er sikkert flere.

F: I forhold til det du sa i sta om at en ser på informasjonen fra sosiale medier for å se om kandidaten representerer den som det gir uttrykk for å være. Har du noen gang opplevd at en person har manipulert hvordan en fremstår på sosiale medier for å bli mer attraktiv?

I: Nei, faktisk ikke. Jeg har opplevd at noen kanskje har skrytt på seg mer ansvar og arbeidsoppgaven enn man egentlig har. Men jeg har ikke opplevd at bilder er manipulert så en ser helt annerledes ut eller noe i den retningen.

F: Ingen grove overtredelser?

I: Nei, det har jeg ikke.

F: Da har jeg egentlig stilt det jeg skal gjennom. Er det noe generelt du føler at du ikke har fått nevnt om rekruttering knyttet opp mot sosiale medier?

I: Nei, egentlig ikke. Vi bruker jo et bemanningsbyrå som gjør mye av jobben for oss. De er proffe på det, og det letter jo sånn sett prosessen for oss at de gjør grovarbeidet før vi intervjuer og tar en avgjørelse. Passe de eller passer de ikke. Så er de ansvarlig for synlighet og den biten der. I andre stillinger går selvfølgelig mer aktivt til verks selv.

F: Okei. Så oppsummert vil sosiale medier bli brukt som et komplementært verktøy, som blir sett i sammenheng med resten. Og et verktøy som gir ekstra informasjon enkelt og billig?

I: Ja, helt klart. Det er helt riktig oppfattet.

Ble uformell prat etter at opptaket var skrudd av. Her ble det snakket om erfaringer fra rekrutteringsbransjen. Der ble sosiale medier brukt slavisk og helt klart som en strategi. Grunnlaget for dette var at man har et rykte å opprettholde når en presenterer kandidater til kunder. En vil renske ut de som kan sette en i et dårlig lys og kun levere seriøse kandidater. Videre var dette et interessant tema for informanten, spesielt pga. rekrutteringsansvar i 9 år.

## Vedlegg 8

### Transkribering

Hvem: Jobbersøker innenfor treningsbransjen

Hvor: Grupperom på Markedshøyskolen Campus Kristiania

F: Forsker

I: Informant

Vi tok i mot informanten ved inngangen til Markedshøyskolen hvor vi hadde booket et grupperom for å ha et nøytralt sted uten forstyrrelser til å gjennomføre intervjuet. Informanten hadde på forhånd fått både informasjonsbrev og samtykkeerklæringen. Etter vi hadde ordnet noe å drikke og kommet oss til grupperommet tok vi for oss informasjonsbrevet og fortalte nok en gang hva oppgaven handlet om, samt hvilke vinkler som blir vurdert. Deretter tok vi for oss samtykkeerklæringen der informanten syntes det var greit at vi tok opp intervjuet for bruk til etterarbeid. Informanten hadde ingen innvendinger til verken tema eller hva samtykkeerklæringen inneholdt.

F: Hvilke erfaringer har du som jobbsøker?

I: Ikke så mye erfaring med det. Kun hatt en jobb der jeg møtte opp på en barneskole for å høre om de hadde bruk for en vikar. Dette gjorde jeg fordi jeg måtte ha en jobb samtidig som jeg studerte til personlig trener. Utenom det har jeg aldri søkt jobber før.

F: Søkt mange jobber i det siste? Deltatt på noen intervjuer?

I: I det siste har jeg søkt tre jobber i det siste. Og har deltatt på ett intervju av disse, mens jeg ikke har fått svar på de to andre enda. Intervjuet gikk greit, jeg tror den prosessen fortsatt holder på, så jeg venter på svar. Tror jeg skal ha en ålreit mulighet på de andre jobbene også. Blir spennende å se.

F: Hvordan er det i forhold til sosiale medier. Hvilke erfaringer har du med sosiale medier som jobbsøker?

I: Bruker det kun til å finne informasjon om jobbsøking, om bedrifter, hvordan ta kontakt. Jeg synes det finnes mye bra informasjon der ute som gjør at jeg slipper å ringe eller ta kontakt på annen måte for å finne ut av ting.

F: Ulike sosiale medier du ser som aktuelle kanaler for å skaffe informasjon?

I: Kun Facebook som jeg ser som relevant. Det er det mediet jeg har mest erfaring med og bruker mest. Det finnes helt sikkert andre aktuelle kanaler som er gode, men ikke noe jeg kjenner til enda. Derfor holder jeg meg til Facebook og det jeg finner der. Bruker også hjemmesider og søk på Google, men det regner jeg ikke som et sosialt medium.

F: Hva er det som er så bra med Facebook som verktøy, i og med at det er det mediet du hovedsakelig bruker?

I: Der ligger all informasjonen jeg trenger. Der jeg har søkt jobb har utfyllende og god informasjon der. Finner veldig mye raskt og enkelt på en plass. Det passer meg bra og er tidsbesparende.

F: Kan du forklare hvordan du konkret bruker sosiale medier som jobbsøker? På hvilken måte?

I: Som sagt så blir det til at jeg søker opp og leter frem informasjon. Jeg får et innblikk i hvilke arbeidsplasser som kan være interessante og hvor jeg helst vil jobbe. Det gir et godt innblikk å bruke sosiale medier kombinert med hjemme sider og annen tilgjengelig info. Jeg pleier å sammenlikne stillingsannonse med informasjonen jeg finner for å få et bilde av om de fremstår sånn som de selv påstår.

F: Vil du si at dette er strategi du som jobbsøker benytter deg av og hvorfor?

I: Ja, det vil jeg si. En stillingsannonse trenger ikke alltid gi et riktig bilde av bedriften så jeg vil sammenlikne med den informasjonen jeg finner. Jeg tenker at på samme måte som en jobbsøker enkelt kan friske opp CV-en sin, kan også bedrifter friske opp bildet av seg selv i en stillingsannonse.

F: Er du selv bevisst på hvordan du fremstår i sosiale medier ovenfor kommende arbeidsgivere?

I: Ja.

F: På hvilken måte?

I: Hva jeg liker av bilder, hvordan jeg kommenterer, hva jeg kommenterer, hvilke bilder jeg legger ut etc. Passer på at det ikke er noe upassende og at det viser noe jeg kan stå inne for og forsvare om det blitt tatt opp på en eller annen måte.

F: Kan si litt mer om hvordan du behandler dine profiler på sosiale medier i forhold til dette?

I: Prøver å ha en så ryddig profil. Fjerner upassende bilder holdt jeg på å si. Fjerner andre bilder som kan ødelegge. Bruker en så lukket profil som mulig. Jeg synes ikke at jeg har noe å skjule, men synes det er greit å ha en lukket profil. Jeg vil ikke at hvem som helst skal finne ut ting om meg. Som sagt så er hovedpoenget for min del at jeg kan stå for det som kommer fra sosiale medier.

F: Er det kun Facebook du er aktiv på personlig også?

I: Ja, kun den kanalen. Bruker ikke Twitter eller LinkedIn. Eller andre mulige kanaler foreløpig.

F: Ikke vurdert LinkedIn i forhold til jobb?

I: Har ikke så mye informasjon om den kanalen enda, men kan være en mulighet i fremtiden. Jeg kjenner ikke til hvordan den siden fungerer og hva jeg kan bruke den til. Hører sjeldent om det. Mulig jeg vil ta en titt på hvordan det fungerer og eventuelt bruke det om det er hensiktsmessig der jeg søker jobber.

F: Hva er dine tanker om at bedrifter bruker verktøy sosiale medier til å se på jobbsøkeres profiler?

I: Synes det er greit at de får et inntrykk. En person eget ansvar hva man har på profilen. Det er ens eget ansvar å stå for det som står der. Får et bra bilde fordi det er vanskelig å skjule noe. Det er jo en enkel løsning for bedriftene, så det har jo forståelse for.

F: Hva tenker du videre om at det være med å påvirke hvem som får jobben?

I: Alle stiller likt. De sjekker alle. De som har tenkt mest over det kommer best ut av det. Så det synes jeg er rettferdig. At man skal få igjen for å tenke på hvordan en fremstår. Jeg regner med at folk som bruker sosiale medier skjønner at det er enkelt å finne informasjon slik at de til en viss grad tenker over det. Om de ikke gjør så tenker jeg at folk som faktisk gjør det kan få noe igjen for å fremstå som en ønsker.

F: Hva tenker du som at sosiale medier faktisk er en del av rekrutteringsstrategien til bedrifter og rekrutteringsselskaper?

I: Med tanke på at det faktisk ligger så lett tilgjengelig med mye informasjon er det en bra strategi. Det er en fordel for dem, så det har jeg forståelse for. De sparer penger og finner mye informasjon på en gang.

F: På bakgrunn av det du sier her. Synes du det er etisk riktig at bedrifter bruker dette som et verktøy?

I: Om det er helt etisk riktig, vet jeg ikke. Kan være en ulempe for de som ikke er på sosiale medier. At de blir stilt bak i køen fordi det ikke finnes like mye om dem der ute.

F: I forhold til etikken, tenker du at det kan favorisere spesielle grupper i samfunnet?

I: Nei. Jeg tror de behandler det profesjonelt. De stiller alle likt. Jeg tror ikke det har noe med hva de har på profilen. Da er det i så fall noe spesifikt bedriften har snakket om på forhånd som skal lukes ut. Jeg ser jo eksempler i media på at personer uten norsk navn kan slite med å bli kalt inn på intervju, men jeg tenker at sosiale medier er en fordel der. Da kan en få et godt bilde av personen og jeg stoler egentlig på at selskapene er profesjonelle.



F: Er det noe mer du ønsker å legge til om temaet sosiale medier og rekruttering?

I: God kanal mye informasjon. For min del bli firmaene blir mer synlige. De når ut til mange gratis og jeg finner info gratis. Kostnadssparende for begge parter. Lettere for jobbsøkere å skaffe seg informasjon. Jeg vil vel tro at dette er noe som er kommet for bli og bare bli mer av i fremtiden.

F: Har jeg forstått deg riktig ved at du totalt sett synes dette er en god kanal til rekruttering for begge parter?

I: Ja, det synes jeg. Dette ser jeg på som en vinn-vinn situasjon.

F: Og at det er viktig at en tenker over hva som legges ut?

I: Ja, dette synes jeg. Folk, inkludert meg selv må kunne stå inne for hva som legges ut og kommenteres. Det er jo hovedsakelig til privat bruk, men ved at det er så åpent som det er må det på en måte behandles som at alle kan se. Uansett om det er en arbeidsgiver eller nye venner vil du kunne stå inne for hvem du er.

F: Og i forhold til det etiske stoler du på bedriftene?

I: Ja, eller det er jo vanskelig å si. Jeg vil jo tro det beste. Og tenker jo at mer informasjon om de som søker jobber kan minske at noen blir favorisert fordi man vet mer om de som søker. Det er vanskelig å si, men jeg tror og håper at bedriftene og rekrutteringsbransjen er profesjonelle på dette området.

F: Da vil jeg takke for at du tok deg tid til å la deg bli intervjuet og for at du har hjulpet oss videre med oppgaven.

I: Bare hyggelig. Jeg merker jo også at sosiale medier blir viktigere og viktigere. Det er bare å ta kontakt om dere trenger at jeg utfyller noe av det jeg har sagt.

## Vedlegg 9

### Transkribering

Hvem: Informant som brukes sosiale medier i rekrutteringsprosessen i rekrutteringsselskap

F: Forsker

I: Informant

Møtte informanten på arbeidsplassen hvor det var booket et nøytralt rom uten forstyrrelser til intervjuet. Når vi hadde satt oss ned ble det igjen informert om hva oppgaven handler om. Viste til et informasjonsbrev informanten hadde fått i forkant. Forklarte at vi ser på ulike sider av rekrutteringen. De som bruker sosiale medier, de som ikke bruker det og jobbsøkere. Deretter avklarte vi i forhold til opptak og anonymitet ved signering av samtykkeerklæringen.

F: Bruker du sosiale medier i rekrutteringsprosessen?

I: Ja

Finner frem riktig intervjuguide med tanke på at personen bruker sosiale medier i rekrutteringsprosessen.

F: Hvor lenge har du jobbet med rekruttering?

I: Hvor lenge jeg har jobbet? Har jobbet med det i snart 4 år.

F: Sosiale medier i forhold til det, har du brukt det helt fra starten av eller har det kommet med tiden ettersom at det har blitt mer aktuelt?

I: Jeg mener at det har kommet mer og mer med tide. Vi har alltid brukt det, men det har blitt hetere og hetere i rekrutteringsmarkedet. Så det blir viktigere og viktigere. Det har jeg merket på de fire årene. Jeg har brukt det mer, men også hele organisasjonen. Våre kunder synes det blitt viktigere og vi får flere spørsmål fra kunder om vi har sjekket på sosiale medier når de skal rekruttere personer. Kundene gjør det også i større grad selv enn før.

F: Hvordan brukes det? Brukes det som en informasjonskanal? Ettersom det er billig og enkelt å logge seg inn på sosiale medier. Eller brukes det på flere måter?

I: Litt, så vil jeg si at når vi har personer ut i fra en rekrutteringsprosess. En søker gjerne på personens navn for å se hvordan personen profilerer seg på sosiale medier. Det gir et komplementært bilde. Og våre kunder ønsker også at vi ser på de sosiale mediene vi får opp. Brukes som en slags referanse og oppfatningsbilde. I forhold til LinkedIn jobber vi også med

searching. Som en plattform til å nå ut til personer og søker etter folk. Samtidig gir jo også det mye informasjon ettersom at er en slags CV. Og et har jo blitt viktigere og viktigere for oss. Det blir større og større når man søker jobb. Folk søker jobber via LinkedIn og vi legger ut annonser på LinkedIn. Så det er det mediet vi anvender mest i rekrutteringsprosessen.

F: Er det noe sånn at dere vurderer, hvis dere får like mye informasjon. Hvis en person har en åpen Facebook-profil for eksempel. Vurderes et sosialt mediet sterkere enn et annet? Mtp. den private delen av Facebook og profesjonelle ved LinkedIn.

I: Jeg vil nok si at det varierer ut i fra situasjonen. Men LinkedIn anvender vi mer i se Arch. Det er en CV og mer profesjonelt som du sier. Vi går ikke i detalj på Facebook og har forståelse for at det er privat, men det er allikevel viktig. Hvordan en profilerer seg på Facebook sier ganske mye om en person. Så det er ikke noe man tar for å dumme ut en person på grunn av noe på facebook, men det kan påvirke helhetsvurderingen. Det har vært tilfeller der våre kunder har gått inn på en Facebook-profil og sagt at kandidaten ikke representerer hva vi vil markedsføre oss med. Da mer snakk om ekstreme bilder fra fylla, lettkleddede bilder. Det er noe en skal ta i betraktning når en søker jobb.

F: Har du noen gang også valgt bort kandidater på grunn av sosiale medier? Før du evt. presenterer dem til kunder.

I: Jeg har faktisk aldri gjort det. Jeg har ikke vært i en situasjon der det har vært aktuelt. Og tror at hvis en havner i en slik situasjon skal det være ganske grove eksempler på noen måte. Ofte kan det være noe våre kunder er et stort krav for dem som vi må ta hensyn til, men jeg har ikke vært i en situasjon hvor jeg har valgt bort noen. Det har jeg ikke.

F: I forhold til sosiale medier. Gjør det at dere føler at, hvertfall med tanke på LinkedIn at dere føler at dere er bedre rusta til å nå de beste talentene? I og mer at dere henter talenter til internt arbeid, men også ut til kunder. Om det bidrar til at dere i større grad treffer de beste?

I: Ja, LinkedIn er veldig viktig der. Så det gjør det absolutt. En må være på LinkedIn om en jobber i denne bransjen. Fordi det er der mange av de beste kandidatene finnes og fremfor alt når det er stillinger som er utfordrede som f.eks. innen IT. Det er ikke så mange av dem, og mange er i jobb og ikke aktivt jobbsøkere. Der er LinkedIn viktig slik at vi også når disse personene.

F: Du sa du ikke hadde valgt bort noen før, men ift. opp mot kunder og personer. Har du noen gang opplevd noen etiske problemstillinger med det private sosiale medier og det også blir et profesjonelt aspekt?

I: Hvordan mener du?

F: Jo, med tanke på at bakgrunnen for sosiale medier i utgangspunktet er at en samler venner og er privat. Om det har skjedd i stor grad eller bare en sjelden gang? For du nevnte at du har opplevd kunder som har takket nei til kandidater på bakgrunn av Facebook.

I: ja, skjønner. Det er egentlig en situasjon der kunden ikke synes at personen profilerte seg bra. Og det var fra facebook. Og de ikke ønsker å gå videre med den personen. Det er hovedsakelig tilfellet jeg har stått ovenfor.

F: Ja, Okei. Kan du ser for den noen ulemper ved å bruke sosiale medier?

I: Det bør anvendes med forsiktighet. Spesielt nå for tiden når en googler personer og får frem for eksempel profiler fra Facebook eller Twitter eller hva det kan være er det uansett viktig å skille mellom privatliv og profesjonelt liv. Alle må få ha et privatliv mener jeg. Det er viktig at en ikke dummer ut noen bare på grunn av det som kandidat. Samtidig som det er viktig at når en er jobbsøker at en tenker på hva som ligger ute på nettet, at en tenker på at dette speiler hvem en er. Da får personen være en privat og en profesjonell, men det er viktig at profilene speiler hvem du faktisk er. For sosiale medier er jo en markedsføringskanal. For en får jo mye informasjon og en kan få opp bilder på Google eller linker. Så jeg vil mene at det er viktig at en fra en jobbsøkers perspektiv tenker over hvordan en markedsfører seg på nettet. For det blir noe som blir viktigere og viktigere i rekrutteringsbransjen og andre selskaper som søker ansatte.

F: I forhold til som du nevner at det er en stor markedsføringskanal både for bedrifter og personer. Har du noen gang søkt på en person før intervju og opplevd at personen har manipulert bilde av seg selv på sosiale medier?

I: Nei, det har jeg faktisk ikke opplevd. Det hadde jo vært interessant å se på.

F: Tanken bak spørsmålet var at Linkedin er profesjonelt så der forholder en seg til studier og jobbet etc. Men Facebook er mye mer privat og det er enkle steder å finpusse for å se mer attraktiv ut. Det gjør så klart ikke store utslag om det er småting, men i tilfelle om det var noen store tilfeller.

I: Nei, det har jeg aldri vært borti. Generelt vil jeg si at om en googler en person og ser på sosiale medier er det er mer helhetsinntrykket og oppfatningen man får. Men ikke så mye ensidig på sosiale medier, men som et verktøy for et mer komplementært bilde.

F: Ja, for det er jo en bra informasjonskanal med mye på en gang på kort tid. I forhold til at du har brukt sosiale medier mer og mer. Er det sånn at det er strategi innenfor selskapet at det skal brukes eller blir det mer individuelt at personer bruker det fordi det er den kanalen det er?

I: Jeg tror at det er en strategi. Vi jobber jo mye med det. Og vi har jo en markedsavdeling som jobber med sosiale medier, mye. For å profilere oss på sosiale medier Facebook,

Linkedin, Instagram etc. Men også hvordan vi anvender de ulike forumene for å søke på kandidater og treffe de beste kandidatene. Så det blir helt klart en strategi.

F: Det blir på en måte en helhet i alle avdelinger i bedriften?

I: Ja, det stemmer. Jeg tror mange bedrifter nå for tiden har det som en del av strategien.

Fremfor alt Linkedin som er såpass profesjonelt.

F: Kjenner du til andre, i og med at du jobber mye med kunder og bedrifter at alle bedrifter bruker det? Sann som dere har en ung profil og innovativ og det forventes det på mange måter at det blir brukt. Men er det også sann at de fleste andre også anvender det som du jobber med?

I: Det er vanskelig å si om de fleste gjør det. Men jeg har vært i mange situasjoner hvor jeg vet at mine kunder bruker det.

F: Så de tar en liten dobbeltsjekk?

I: Ikke alltid når vi har prosessen for dem, men jeg vet at de gjør det når de har egne prosesser. For eksempel om de rekrutterer til seg selv. Og det er også mange av våre kunder hvor vi har en dialog med dem om hvordan vi jobber. Der er det ulike forventninger fra ulike kunder. Noen har større forventninger til at sosiale medier brukes og vil vite hvordan vi jobber med Linkedin og den bite. Spesielt om det er bedrift som selv bruker dette mye. En liten nisjebedrift kanskje. Da er det viktig at de er der. Kunne følge de få kandidatene som finnes i deres bransje.

F: Sann avslutningsvis. Hvordan tenker du videre? Det har allerede vokst mye på de fire årene du har jobbet med rekruttering. Om du for eksempel skal se for deg fire år frem i tid? For det det vises jo at f.eks. Linkedin vokser. Tror du at de fleste bedrifter også de som ikke er der nå blir tvunget ut, for å nå de beste talentene og får å få de ansatte de ønsker?

I: Ja. Jeg tror det fortsetter å være viktig. Kanskje også enda viktigere. Det kommer jo også an på hvordan arbeidsmarkedet ser ut. Om det er arbeidsgiver eller arbeidstakers marked. Det veksler jo litt frem og tilbake. Men fremfor alt i profiler som er vanskelig å finne, små bransjer, sterke nisjer. Der må de bruke det allerede i dag. Men jeg tror at det kommer til fortsette å være viktig og som du sier bli enda viktigere for flere. Det blir en større og større del av prosessene rundt rekruttering generelt og kanskje de bedriftene som ikke jobber så mye med det i dag kommer til å behøve å komme seg inn på en eller annen måte. Det er sann vi også tenker. Vi må se på markedet for å være tilstede der vi skal. Vi vil være der alle konkurrenter er. Om en er på Linkedin vil også vi være der og sann blir det jo.

F: Ja, da er jeg egentlig fått stilt de spørsmålene jeg ønsker å få svar på. Så om det er noe selv du ønsker å fylle inn om sosiale medier og rekruttering som du ikke har fått sagt.

I: Ja, hva har jeg sagt egentlig. Sånn avslutningsvis vil jeg si at LinkedIn er det viktigste sosiale medier når man søker jobb. Det er det vi anvender mest. Det er blir som en ekstra database. Så det er der vi jobber mest, selvom vi bruker de andre mer som en bakgrunnssjekk og for informasjon.

F: Som du sa i sta så har du aldri valgt vekk noen kandidater på bakgrunn av sosiale medier. Har det allikevel hendt at kandidater kan blir favorisert med tanke på innhold på sosiale medier?

I: Nei, det har jeg ikke opplevd. Det skal være grove ting som at en sier at en har jobbet steder eller studert steder en ikke har vært og noe i den skalaen før det blir vektlagt. Det blir som sagt mer som et oversiktsbilde som skal gi et inntrykk av hvem dette er. Så kommer jo referansesjekker og intervjuer som vektlegges mer. Men totalt gir det et godt bilde.

F: Ja, skjønner. Da takker jeg for at du tok deg tid til å stille opp på intervju for oppgaven vår.

I: Ikke noe problem, bare hyggelig å hjelpe til. Så er det bare å si i fra om dere skulle trenge noe mer utfyllende informasjon etterhvert.

## Vedlegg 10

### Transkribering

Hvem: Informant som brukes sosiale medier i rekrutteringsprosessen i rekrutteringsprosessen.

F: Forsker

I: Informant

Møtte informanten på Skedsmo Bibliotek hvor det var et nøytralt grupperom rom uten forstyrrelser til intervjuet. Når vi hadde satte oss ned ble det igjen informert om hva oppgaven handler om. Viste til et informasjonsbrev informanten hadde fått i forkant. Forklarte at vi ser på ulike sider av rekrutteringen. De som bruker sosiale medier, de som ikke bruker det og jobbsøkere. Deretter avklarte vi i forhold til opptak og anonymitet ved signering av samtykkeerklæringen.

F: Hvilke erfaringer har du som jobbsøker?

I: Jeg har dessverre ikke hatt en fulltidsjobb, men min erfaring som jobbsøker per dags dato har basert seg på ulike deltid og sommerjobber jeg har hatt veldig siden av skolen. Jeg har søkt jobber hovedsakelig ved hjelp av finn.no eller så har jeg dratt innom aktuelle arbeidsplasser å levert en personlig søknad og Cv til daglig leder.

F: Søkt mange jobber i det siste? Deltatt på noen intervjuer?

I: Jeg har søkt et par sommerjobber nå etter endt skoletid. Jeg har nylig blitt akseptert for å fullføre en førstegangstjeneste i militæret. Jeg skal dessverre ikke inn i militæret før oktober av så trenger en jobb frem til det. Jeg har blant annet vært på tre forskjellige gruppeintervju til aktuelle jobber til i sommer. Disse har bestått av ulike caser og oppgaver i gruppebasis. Jeg har også blitt innkalt til en individuell samtale ved den ene arbeidsplassen.

F: Hvordan er ditt forhold til sosiale medier. Hvilke erfaringer har du med sosiale medier som jobbsøker?

I: Jeg har dessverre ikke altfor stor erfaring når det gjelder det å være en jobbsøker i sosiale medier sin sammenheng. Jeg er fullt klar over at dette er noe som har blitt mer populært den siste tiden. Det eneste jeg har brukt sosiale medier til i jobbsammenheng hittil er å søke på et par utlyste stillinger via facebook.

F: Er du selv bevisst på hvordan du fremstår i sosiale medier ovenfor kommende arbeidsgivere?

I: Ja, til en viss grad.

F: Hvilke sosiale medier benytter du deg av per dags dato?

I: Bruker hovedsakelig kun Facebook og Twitter for det sosiale.

F: Hvordan jobber du med din profil på sosiale medier?

I: Jeg kan ikke si jeg jobber så mye med min profil, men prøver som sagt å ha en så ryddig profil og aktiv profil som mulig. Jeg er veldig oppmerksom på å fjerne upassende og unødvendige bilder for å opptre så profesjonell ovenfor andre. Den siste tiden har jeg også vært litt mer diskret på hva jeg deler og kommenterer ovenfor andre.

F: Hva tenker du om at sosiale medier kan vektlegges i en rekrutteringsprosess?

I: At sosiale medier blir brukt som et virkemiddel for å tiltrekke og rekruttere nye mennesker i dag ser jeg bare på som en positiv utvikling for oss yngre. Jeg ser det også som en fordel ettersom de fleste yngre er veldig opptatt hvordan de framstår i sosiale medier.

F: Hva tenker du om at bedrifter sjekker en jobbsøkers profil?

I: For min egen del syntes jeg det ville vært positiv hvis en bedrift som jeg har søkt jobb hos hadde tatt seg tid for å ta en bakgrunnssjekk på meg. Som jeg tidligere nevnt har jeg en veldig ryddig og seriøs profil så dette vil bare være positivt for meg. Men, for andre som kanskje ikke er like aktiv eller oppmerksom på deres profil kan dette selvfølgelig være negativt. Hvis du virkelig vil skille deg ut fremover må man rett og slett være oppmerksom på hva slags bilde informasjonen på nettet gir av deg.

F: Du nevner at du er aktiv på sosiale medier, men har du noen erfaringer med LinkedIn?

I: Jeg har opprettet en LinkedIn profil, men jeg har fått inntrykk at dette er et mer seriøst sosiale medium enn for eksempel Facebook eller Twitter. LinkedIn er nok noe jeg vil bruke mer tid på når jeg har tjenestegjort i militæret og skal begynne på Jus studier.

F: Er det noe mer du ønsker å legge til om temaet sosiale medier og rekruttering?

I: Ja, det blir vel det fokuset på at mennesker må bli mer bevisst på hvordan sosiale danner et bilde av deg som person. Jeg syntes også det burde legges mer vekt på hva bedrifter syntes er positiv/negativ informasjon ved en profil. Etter denne praten kommer jeg også til å ta en ekstra sjekk på hvordan jeg kan framstå enda bedre på sosiale medier.

F: Da vil jeg takke for at du tok deg tid til å la deg bli intervjuet og for at du har hjulpet oss videre med oppgaven vår.

I: Ikke noe problem, det er bare hyggelig. Det er bare å ta kontakt om dere trenger noe mer informasjon enn det som har blitt sagt.





## Vedlegg 11

### Transkribering

Hvem: Informant som brukes sosiale medier i rekrutteringsprosessen i rekrutteringsprosessen.

F: Forsker

I: Informant

Møtte informanten på arbeidsplassen hvor det var booket et nøytralt rom uten forstyrrelser til intervjuet. Når vi hadde satt oss ned ble det igjen informert om hva oppgaven handler om. Viste til et informasjonsbrev informanten hadde fått i forkant. Forklarte at vi ser på ulike sider av rekrutteringen. De som bruker sosiale medier, de som ikke bruker det og jobbsøkere. Deretter avklarte vi i forhold til opptak og anonymitet ved signering av samtykkeerklæringen.

F: Kan du fortelle meg litt om din bakgrunn?

I: Jeg er egentlig utdannet sosionom, men jeg har dessverre ikke jobbet så mye med det. Jeg startet å jobbe i personalavdelingen i tusenfryd som ansetter omkring 750 mennesker hver eneste sommer. Der lagde vi et helt nytt system på gruppeintervjuer og endrer prosesser i forhold til rekruttering. Etter det begynte jeg å jobbe i Food og beverage avdelingen og ansatte mennesker der. Deretter begynte jeg å jobbe for Ski VM uken og rekrutterte 300 mennesker til den travle uken.

F: Hvilken erfaring har du fra å bruke sosiale medier i rekrutteringsprosessen?

I: Mine erfaringer er at det når veldig mange på kort tid, istedenfor å henge opp en plakate på diverse høyskoler som vi har gjort tidligere. Ved å bruke facebook og hjemmesiden vår når vi mange ulike kandidater fortløpende. Det er jo der folk er om dagen.

F: Når det gjelder rekrutteringsprosesser, hvordan benyttet dere av sosiale medier sist dere rekrutterte mennesker?

I: Vi brukte hovedsakelig facebook sist gang, vi delte annonsen både internt og eksternt via facebook. Vi søkte mye nye medarbeider til vår sesong avdeling. Vi liker å bruke sosiale medier til å dele informasjon og kommunikasjon.

F: Har du noen gang valgt bort noen kandidater på grunn av sosiale medier?

I: Nei, det har vi ikke. Vi baserer ikke vår kandidater fra deres facebook side. Vi har ikke brukt facebook som et første inntrykk. Vi utnytter det hovedsakelig for å dele informasjon til

våre ansatte og kunder. Vi baserer våre resultater fra søkeportalen hver enkel kandidat må besvare for å søke jobb hos oss.

F: Føler dere mer rustet for å nå de beste talentene ved å bruke sosiale medier?

I: Det var et godt spørsmål, jeg tror ikke vi går glipp av noen skjønner du. Jeg tror oppegående folk i dag er på sosiale medier og følger med der. Jeg tror absolutt at vi får de beste menneskene via der. Det avhenger selvfølgelig hvor aktiv personen er på jobbsøker prosessen på sosiale medier. Det er jo klart at folk må dele og like siden vår for å holde seg oppdatert på hva som blir delt. Det når mange, men det når dessverre kanskje ikke alle som er aktiv søkende.

F: Ser du noen ulemper ved å bruke sosiale medier?

I: Den eneste negative jeg ser ved å bruke sosiale medier er vel kanskje det tilfelle at du ikke når ut til de aktive jobbsøkende ved å utlyse stillingene via facebook. Derfor bruker vi også finn i tillegg når det gjelder mer krevende ansettelser. Men, vi er veldig positive på hva slags resultater sosiale medier har gitt oss.

F: Er sosiale medier noe dere skal satse på mer på fremover?

I: Vi bruker sosiale medier bare mer og mer. Hovedsakelig blir det brukt som et kommunikasjons verktøy for å dele informasjon til våre ansatte. På denne måten kan vi holde oss oppdatert på en innovativ måte. Vi vil også legge mer vekt på hvordan vi skal bruke sosiale medier i mer prioriterte ansettelser i fremtiden.

F: Når det gjelder linkedin, er det noe dere kunne utnyttet mer i fremtiden for en fremtidig rekrutteringsprosess?

I: Ja, absolutt det er en fin Platform for å finne gode medarbeider. Det er flere og flere som bruker det. Jeg håper dette er noe vi kan få på plass innen kort tid.

F: Jeg ville bare takke deg for dette intervjuet og informasjonen. Det settes stor pris på at du tok deg tid til å stille opp på intervju for oppgaven vår.

I: Det er bare hyggelig å hjelpe til. Håper du fikk svar på noe av det du lurte på. Så er det bare å si i fra om dere skulle trenge noe mer informasjon i fremtiden.

## Vedlegg 12

### Transkribering

Hvem: Informant som ikke bruker sosiale medier i rekrutteringsprosessen i rekrutteringsprosessen.

F: Forsker

I: Informant

Møtte informanten ved Mesh Gründersamfunn hvor det var booket et nøytralt rom uten forstyrrelser til intervjuet. Når vi hadde satt oss ned ble det igjen informert om hva oppgaven handler om. Viste til et informasjonsbrev informanten hadde fått i forkant. Forklarte at vi ser på ulike sider av rekrutteringen. De som bruker sosiale medier, de som ikke bruker det og jobbsøkere. Deretter avklarte vi i forhold til opptak og anonymitet ved signering av samtykkeerklæringen.

F: Hvilke erfaringer har du med sosiale medier i jobbsammenheng?

I: Mine erfaringer med sosiale medier i jobbsammenheng avhenger på hvilken måte du ser på det. Jeg har som alle de fleste i næringslivet en oppdatert LinkedIn profil. Har også sett via ulike sosiale medier hvordan organisasjoner utlyser informasjon og ulike stillinger derifra. Sosiale medier har blitt en stor portal for å reklamere seg selv personlig eller en bedrift. Vår organisasjon har også en facebook side, men dette er noe vi ikke har lagt for mye tid til enda.

F: Hvilke erfaringer har du med å drive en rekrutteringsprosess?

I: Ja, jeg har tidligere rekruttert 25 promotører til et prosjekt til en av mine tidligere arbeidsplasser. Brukte hovedsakelig vårt interne nett og finn.no til å hente inn kandidater. Det ble også mennesker som ble anbefalt og kalt inn på intervju basert på relasjoner av nåværende ansatte.

F: Hva slags intervju form benyttet av i intervjuprosessen?

I: Vi utnyttet et gruppeintervju med en felles presentasjon av bedriften. Etter presentasjonen delte vi opp kandidatene i ulike grupper på 5 personer. Når gruppene var delt opp hadde vi ulike caser og problemstillinger de måtte gjennom. Når det var gjennomført hadde vi et 15 minutters langt individuelt intervju med hver enkel kandidat for å kartlegge deres preferanser.

Dette er noe jeg syntes fungerte veldig bra når det gjaldt å rekruttere mye mennesker på kort tid.

F: Har du tidligere erfaringer med bruk av sosiale medier i rekrutteringsprosessen?

I: Jeg har sett på ulike prosesser og eksempler på hvordan sosiale medier kan brukes i en rekrutteringsprosess, men jeg har dessverre ikke brukt sosiale medier direkte til en rekrutteringsprosess enda.

F: Hvorfor velger du og ikke bruke sosiale medier?

I: I den situasjonen organisasjonen vår er i nå har vi ansatt mennesker basert på bekjentskap og relasjoner. Vi er stadig ute etter nye medarbeidere og ansetter ofte etter anbefalinger av andre i vårt nettverk. Våre ansatte har prosjekt baserte arbeidskontrakter. Vi bruker derimot sosiale medier mer som et kommunikasjonsverktøy for vår business. Det er en veldig fin kanal for å opprettholde kommunikasjon og treffe nye mennesker.

F: Du sa tidligere at dere hadde ikke hadde ansatt noen mennesker via sosiale medier per dags dato, er dette noe som kan være aktuelt i fremtiden?

I: Selvfølgelig. Vi er en periode der våre resultater de nærmeste månedene vil avgjøre vår fremgang for ekspandere og ansatte nye mennesker. Sosiale medier kan utnytte som et verktøy for både store og mindre bedrifter for å ansette nye mennesker. Jeg ser på rekruttering via sosiale medier som fremtiden for å rekruttere nye mennesker og håper en dag vi kan bruke det regelmessig for å finne de beste kandidatene for vårt team.

F: Ser du noen etiske problemstillinger knyttet til sosiale medier og rekruttering?

I: Det er litt vanskelig og si, det avhenger på hvordan du skal tolke en persons sosiale live i forhold til en fremtidig ansettelse. Jeg syntes det blir direkte feil å ta for mange antagelser eller få et direkte første inntrykk avhengig av å se på en twitter eller facebook profil. Dette er en etisk problemstilling jeg syntes aktører skal fokusere mer på og heller ta seg tid til å danne et ordentlig førsteinntrykk.

F: Hvordan ser du for deg rekruttering og sosiale medier i fremtiden?

I: Jeg tror sosiale medier blir bare knyttet opp mot rekrutteringsprosessen enda mer i tiden som kommer. Du kan se den enorme utviklingen den har allerede hatt i et fem års perspektiv. Flere store aktører med store personalavdelinger kommer til å legge om rekrutteringen deres og benytte seg mer av sosiale medier for å tiltrekke seg ansatte. Sosiale medier har også blitt en kanal for å kommunisere og fronte en bedrift også. Dette er et annet spennende utviklingsområde som har et stort potensiale å kartlegge.

F: Tusen takk for at du tok deg tid for et intervju. Det settes stor pris på.

I: Det er bare hyggelig, det er bare å ta kontakt for videre spørsmål hvis det er behov.



## Samtykkeerklæring

### **Informasjon om undersøkelsen**

Vår bacheloroppgave undersøker konsekvenser ved bruk av sosiale medier i rekrutteringsprosessen i det norske næringslivet. Vårt mål er å gi et bilde på hvilket omfang sosiale medier har på rekrutteringsprosessen, slik at bedrifter i det norske næringslivet kan tilpasse sin rekrutteringsstrategi til det stadig voksende området, sosiale medier.

Samtalen mellom respondent og forsker vil bli tatt opp for etterarbeid med intervjuet og senere slettet. All informasjon du gir oss blir anonymisert og behandlet med konfidensialitet, det vil si at intervjuene blir lagret på pc og Mac med passord og vi vil gjøre vårt ytterste for at informasjonen ikke vil være tilgjengelig for andre enn forskerne, som er nevnt under. Vi vil finne på fiktive navn for personer og selskaper. Byer/områder/steder, tidsrom og bransjer/sector anser vi som relevant, men vi vil gjøre vårt beste for å generalisere slik at det ikke kan bli sporet tilbake til deg som person.

Intervjuet ditt vil ikke være tilgjengelig for bruk i senere forskning av oss, eller andre forskere.

Ved å skrive under på dette samtykker du at informasjon om oppgaven er lest og forstått, og at du samtykker til å delta i undersøkelsen.

Godkjent opptak av intervju: \_\_\_

Ikke godkjent opptak av intervju: \_\_\_

### **Respondent:**

Dato: \_\_\_\_\_ Signatur: \_\_\_\_\_

### **Forskere:**

Dato: \_\_\_\_\_ Signatur: \_\_\_\_\_

Dato: \_\_\_\_\_ Signatur: \_\_\_\_\_

## Vedlegg 14

### Informasjonsbrev til mulige intervjuobjekter

Vi er tre studenter som for tiden jobber med vår bacheloroppgave på Markedshøyskolen. Oppgaven skal ferdigstilles i starten av juni 2014 og vil være vårt siste bidrag til bachelorgraden i HR og personalledelse.

Denne oppgaven omhandler konsekvensene ved bruk av sosiale medier i rekrutteringsprosessen. Oppgaven bruker kvalitativ metode for å undersøke dette nærmere og vi søker derfor etter intervjuobjekter innenfor dette emnet. Vi vil belyse oppgaven fra tre ulike synsvinkler der vi ønsker å snakke med personer som bruker sosiale medier i rekrutteringsprosessen, personer som ikke bruker det og tankene en jobbsøker har om at det blir brukt. På denne måten opplever vi at oppgaven får større tyngde.

Sosiale medier viser seg ofte som et interessant tema i tabloidpressen, også kombinert med rekruttering. Ved å blande disse emnene og finne ut mer om hvilke konsekvenser sosiale medier har på rekrutteringsprosessen mener vi at det er et interessant og dagsaktuelt tema.

Vi hadde vært takknemlige om du har muligheten til å hjelpe oss med å fullføre vår bacheloroppgave.

Med vennlig hilsen

982580, 982577 og 982598