



Stockholms
universitet

AES Forskardag 2018

Sociala medier i blickfånget: exemplet Twitter

Steffi Siegert, Maria Mårtensson och Mikael Holmgren Caicedo

11 Januari 2018

Sociala medier

- Sociala mediers potential
 - Möjlighet att billigt nå många människor
 - När människor när och där det passar
 - Meddelande kan redigeras och skraddarsys
 - Möjlighet till återkoppling och dialog
- Forskning om organisationers användning av sociala medier
 - Fokuserar på användning av sociala medier för informationsspridning, marknadsföring och PR
 - Organisationer står som sändare
 - Masskommunikation
 - Sociala medier inte så sociala ännu

Den twittrande ledaren

- Ledaren som kommunicerar via Twitter
 - Kan nå många människor när och där det passar dem
 - Kan redigera och skraddarsy sina meddelanden
 - Har möjlighet att få återkoppling och föra dialog
- Men användning av Twitter innebär också
 - Multipla identiteter
 - IRL – Online
 - Omförhandling av gränser
 - Offentlig – Privat
 - Arbete – Fritid

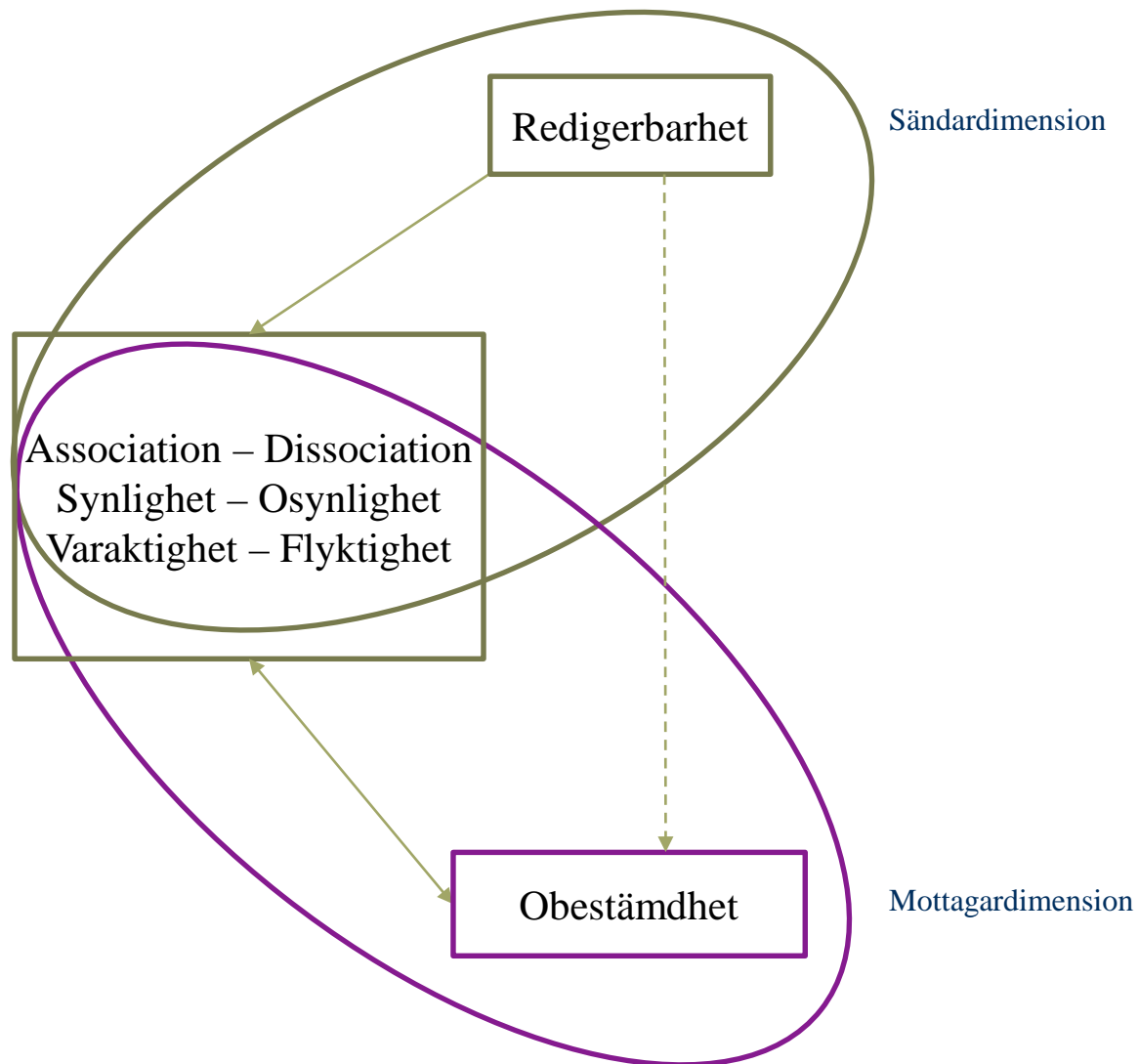
Teoretiskt referensram: sociala mediars erbjudande

- Människor uppfattar ting i termer av de möjligheter för handling som de erbjuder
- "Affordances of social media" (Treem and Leonardi 2012)
 - Synlighet (Visibility)
 - Varaktighet (Persistence)
 - Association (Association)
 - Redigerbarhet (Editability)

En första analys

”I ledningsgruppen på [organisationen] just nu: inspireras av Google för att utveckla framgångsrika team.”

- Redigerbarhet
 - Antagande om medvetna val
- Association
 - Association till ett framgångsrikt företag
- Synlighet
 - Följare och följares följare
- Varaktighet
 - Onlinetillgänglighet när och där det passar





Stockholms
universitet

Tack!

mikael.holmgren.caicedo@sbs.su.se