



🕒 2 min. 👁️ 📌 15-04-2016

Når du googler en potentiel medarbejder...

Flere ledere tjekker ansøgernes profiler på de sociale medier og benytter sig af Big Data. Det kan både medføre et fravalg af en mulig kandidat, at der læses mellem linjerne, og etikken bliver sat på en prøve. Læs her, hvad du skal være opmærksom på, når du googler en potentiel ny medarbejder.

Skribentinfo

[Nanna Schultz](#)

Konsulent og studerende ved Columbia
University, New York
HR7

I takt med at vi deler mere og mere på de sociale medier, bliver det også mere almindeligt for både ledere og rekrutteringskonsulenter at scanne potentielle medarbejderes profiler på de sociale medier. Det skyldes, at vores digitale fodspor giver gode hints om vores særegne personlighed. Nye undersøgelser viser, at det med høj nøjagtighed er muligt at kortlægge grundlæggende personlighedstræk baseret på sociale data fra eksempelvis Facebook.

Men hvilke implikationer kan det have for ledere, hvis de vælger at google en medarbejder eller gennemtrekke hans/hendes Facebook-profil, før en ansættelse?

Her er tre vigtige spørgsmål, du som leder bør stille dig selv:

De digitale fodspor

I 2015 fandt forskere fra University of Cambridge ud af, at det er muligt at forudsige personlighedsaspekter såsom seksuelle præferencer, politisk overbevisning, religiøs orientering og intelligens ud fra den enkeltes

Facebook Likes. De byggede en computermode, som hvis den har adgang til dine Facebook Likes, i mange tilfælde kan lave mere valide skøn omkring specifikke personlighedsaspekter ved dig end nogle af dine nærmeste kan.

Modellen har fx kun brug for 10 Likes til at udkonkurrere en arbejdskollega i viden om dig, 70 Likes for en bofælle eller ven, 150 for et familiemedlem og 300 for en ægtefælle.

Som privatpersoner har vi kontrol over, hvad vi vælger at dele på de sociale medier, men i takt med at Big Data og værktøjer til at analysere det vinder frem, bliver vi også nødt til at tage stilling til, hvad der kan "læses mellem linjerne". Når man deler informationer om sig selv på nettet, kan forskellige aspekter af ens personlighed i visse tilfælde dukke op – netop gennem brugen af big data analyseværktøjer.

Som leder bør du være opmærksom på, at gør du antagelser på baggrund af værktøjer som kan afsløre det usagte, så præsenterer du kandidaten med information, han/hun ikke nødvendigvis er bevidst om er tilgængelig.

1. Kan jeg få et fejlagtigt indtryk?

En ny rundspørgeundersøgelse blandt amerikanske rekrutteringsfolk viser, at knap 60 pct. af de adspurgte har revurderet en kandidat på baggrund af vedkommendes sociale profil. Næsten alle brugte LinkedIn og Facebook til at estimere, hvordan kandidaten ville passe ind i organisationens kultur. Og i 61 pct. af tilfældene medførte den sociale profil, at det samlede indtryk af ansøger blev dårligere.

Men kan vi virkelig gøre så afgørende antagelser om kulturelle match? Som leder kan det være problematisk, hvis vi lader os guide af indtryk, vi har fået ved at browse mere eller mindre lemfældigt gennem en kommende medarbejders sociale profiler. Det understreger vigtigheden af at bruge den slags informationer som udgangspunkt for en samtale, fremfor at lade dem guide et fravalg eller tilvalg af en mulig medarbejder.

2. Hvad med etikken?

Etiske overvejelser er ekstremt vigtige, når vi har med følsomme data at gøre. Så tænker du måske: "Jamen, jeg kigger jo bare på hans Facebook-profil". Korrekt, men hvordan du vælger at dele de informationer og indtryk du får, har stor betydning. Er det hensigtsmæssigt at bruge i en jobsamtale? Måske, måske ikke. Er det hensigtsmæssigt at dele med kollegaer? Højst sandsynligt ikke. Selvom data er offentligt tilgængelige på nettet, er det vigtigt, at du som leder gør dig grundige etiske overvejelser, inden du implementerer personlige oplysninger høstet fra potentielle medarbejders sociale profiler.

3. Er du transparent?

Hvis du som leder vælger aktivt at benytte de informationer, du indhenter fra nuværende eller kommende medarbejders sociale profiler, er det afgørende, at du er glasklar i din kommunikation. "Jeg var inde og se på din Facebook-profil", behøver ikke at være en ubehagelig besked.

Hvis blot det er tydeligt, hvorfor dette blev gjort, og hvordan disse informationer kan være gavnlige for samtalen, såsom at drage emner frem i lyset, som ellers ikke ville blive italesat – eller som på anden vis ville være svære at få bragt på banen. Hvad ansøger eller en nuværende medarbejder har skrevet på sin Facebook profil, kan fungere som en fin katalysator for at tale mere lige ud af posen.

Læs mere:

[Facebookgenerationen kræver ny ledelse](#)

[8 råd: Få den bedste kandidat til jobbet](#)