



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

Kulturalisering eller akulturalisering, anpassar svenskar sin arbetskultur till omgivningen?

Johanna Tegelström & Niklas Häll Larsson
Kandidatuppsats HT 2018

Handledare: Una Tellhed
Examinator: Farhan Sarwar

Tack till...

*Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Una Tellhed för vägledning,
tillgänglighet och stöd genom hela uppsatsprocessen.*

Abstrakt

Skillnader i kultur mellan länder är sedan länge väldokumenterade (Hofstede, 1998). I en allt mer globaliserad värld där det blir vanligare att personer flyttar mellan länder har det blivit aktuellt att studera huruvida dessa personer "akulturaliseras" (Berry, 2003), alltså anpassar sig kulturellt, till sin nya hemmiljö. I denna studie undersöks huruvida personer från ett land som Hofstede (1998) kategoriserat som väldigt lågt på dimensionen "maskulinitet" (Sverige) får mer "maskulina" yrkesmål efter att ha arbetat en längre period i ett land som klassas som starkt maskulint (Storbritannien). 725 svenskar fick genomföra en enkät online som mätte inriktningen av agency (maskulinitet) och communion (femininitet) i yrkesmål. Nästan hälften av deltagarna ($n = 347$) hade erfarenhet av att arbeta i Storbritannien. Resultaten visade inga signifikanta skillnader i yrkesmål mellan svenskar som arbetat/arbetar i Storbritannien och svenskar som inte har gjort det. Resultaten visade dock att svenskar som arbetat i andra länder än Sverige och Storbritannien hade signifikanta lägre nivåer av communion. Resultatet visade även att män hade högre agencymål än kvinnor och kvinnor högre communionmål än män, i linje med könsstereotyperna. Att arbete i Storbritannien inte påverkade yrkesmålen kan eventuellt tolkas som att anpassningen till en ny kultur är svårare än trott.

Nyckelord: Kultur, agency, communion, maskulinitet, femininitet

Abstract

Differences in culture between countries have been well documented (Hofstede, 1998). But in an increasingly globalized world, where it becomes ever more common for people to move between countries, it has become more relevant to study whether these people "acculturise" (Berry, 2003), thus adapting culturally, to their new home environment. In this study, it is examined whether people from a country that Hofstede (1998) categorized as very low on the dimension "masculinity" (Sweden) receive more "masculine" professional goals after having worked for a longer period in a country that is classified as strongly masculine (United Kingdom). 725 Swedes conducted an online survey that measured their levels of agency (masculinity) and communion (femininity) in vocational goals. Almost half of the participants ($n = 347$) had experience of working in the UK. The results showed no significant differences in vocational goals between Swedes who are working or have been working in the UK and Swedes who have not. However, the results showed that Swedes who worked in countries other than Sweden and the UK had significantly lower levels of communion. The results also showed that men had higher agency goals than women and women had higher communion goals than men, in line with gender stereotypes. The fact that work in the UK did not affect the vocational goals may possibly be interpreted that adapting to a new culture is more difficult than imagined.

Keywords: Culture, agency, communion, masculinity, femininity

Introduktion

Människans omgivning påverkar oss på flera olika nivåer, dels sträcker det sig från den fysiska miljön, till den psykiska och till den globala sociala omgivningen (Valsiner, 2007). Triandis & Suh (2002) skriver också att kulturen har stor påverkan på hur vi människor utvecklas och socialiseras, ofta är vi inte medvetna om dessa influenser då kulturen ligger i bakgrunden av hur vi utvecklas. I en allt mer globaliserad värld är det viktigt att vi har förståelse för hur vi anpassar oss till nya kulturer (Melluish, 2014). Markus och Kitayama (1991) skriver att kultur innefattar ofta antaganden kring vår verklighet genom beteenden, normer, värderingar, könsroller och vanor som delas av medlemmarna av samma kultur och sociala grupp. Kortfattat innebär det att kultur influerar vad vi upplever, hur vi upplever det, hur vi beter oss samt hur vi relaterar sig till självet och till andra (Markus & Kitayama, 1991). Eftersom människan socialiseras in i en kultur understryker Bem (1981) att könsroller är en faktor som påverkas starkt av kultur och beroende på vilken kultur skall kvinnor och män bete sig olika baserat på vad som är förväntat och mest lämpat i förhållande till kulturen. Socialisering av könsroller sker genom olika scheman för könen, vilket är organiserade mentala strukturer som innehåller förståelse av attribut och beteenden som alltså typiskt sett är lämpliga och förväntade av män och kvinnor (Bem, 1981). Kärnan i det stereotyp maskulina kallas för *agency* och stereotyp feminina kallas för *communion* (Abele & Wojciszke, 2007; Terman och Miles (1936).

Begreppet ”kultur” har definierats på många olika sätt, men beskrivs och definieras av Hofstede (2011, s.3), en av de mest framstående forskarna inom ämnet, som "Culture is the collective programming of the mind that distinguishes the members of one group or category of people from others". Hofstede (2011) vidareutvecklar definitionen med att kultur alltid är ett kollektivt fenomen, men att den tar sin form i olika grupper eftersom grupperna består av en variation av individer. Om man föreställer sig att gruppens egenskaper fördelar sig normalfördelat, så är variationen mellan kulturer skillnaden av kurvan när man går från ena sidan till den andra sidan (Hofstede, 2011).

Termen “*akulturalisering*” används vanligtvis för att beskriva när en mindre, icke dominant, kultur anpassar sig till en större, dominant, kultur (Berry, 2003; Phinney, 2003). Till exempel används akulturalisering för att beskriva hur etniska minoriteter (exempelvis ursprungssamerikaner i USA) eller större grupper av invandrare (exempelvis kineser i USA) förändrar sin gamla kultur till den nya dominant kulturen. Berry (2003) beskriver att det inte

råder något direkt konsensus om när och hur termen “akulturalisering” ska användas och att den därför ibland syftar på lite olika fenomen. Berry (2003) menar dock att den även kan användas till flyktinggrupper och sojourners/expatriates (personer som tillfälligt bor i ett främmande land men som sedan flyttar hem). Mak och Zane (2003) menar att akulturaliseringen inkluderar stora och små kulturella skillnader. Att förändringar kan ske både i språk, sätt att prata, könsnormer, vardagliga rutiner, kulturella traditioner men att det även kan röra sig om kulturella värderingar. I denna studie väljer vi att använda termen på detta viset; att svenska kulturella värderingar och yrkesmål kan tänkas anpassa sig och akulturaliseras till den rådande kulturen i Storbritannien.

Vår studie ämnar att undersöka huruvida det finns kulturella skillnader mellan svenskar som bor och arbetar i Storbritannien och svenskar som bor i Sverige, med utgångspunkt i Hofstedes kulturella dimension för maskulint och feminint. Det finns annan tidigare forskning, liksom Hofstedes, om kulturella skillnader mellan människor i olika delar av världen, men vi har ännu inte sett någon forskning som riktar in sig på hur väl svenskar anpassar sig till nya kulturer. Vi har heller inte sett någon forskning om svenskars kulturella anpassning genom att mäta inriktning av agency och communion i yrkesmål, vilket vi tycker verkar intressant och ligger till grund för vårt val av uppsatsämne. Vi hoppas på det sättet kunna bidra med ny förståelse om kulturella skillnader mellan agentic och communal yrkesmål mellan Sverige och Storbritannien.

Teori och tidigare forskning

Kulturella skillnader. Hofstede (1998) har tagit fram en av de mest kända modellerna inom forskning som berör kulturella skillnader i världen. Hofstedes (1998) forskning bygger på fem olika samhällsvärden kopplade till nationer, vilken kallas Model of National Cultural Differences. Han menar att kulturella värderingar på en nationell nivå ofta är förstådda som preferenser inför olika samhällsproblem som ett samhälle möter (Hofstede, 1998). Hofstede (2011) har gjort ett empiriskt arbete som innefattar 40 olika kulturer, som föreslår att kulturer innefattar olika slags element, däribland kulturell maskulinitet och femininitet. Feminina kulturen anses vara typiskt mer omsorgsfulla, blygsamma och berörda av livskvalitetsfrågor, medan maskulin kultur typiskt anses beröra värderingar och frågor som rör tävlingsinriktning, prestation, självständighet och framgång (Hofstede, 1998).

Det finns även annan forskning inom kulturella skillnader länder emellan, bland annat, en som kallas GLOBE-teorin (GLOBE, 2004). Denna forskning riktar in sig till stora delar inom bland annat ledarskap och organisationsledning (GLOBE, 2004), men i den här studien har vi dock valt att utgå från Hofstedes teori och fokuserar på begreppen femininitet och maskulinitet (Hofstede, 1998).

Maskulinitet och femininitet utifrån Model of National Cultural Differences.

Maskulint och femininitet är inte samma som man och kvinna, det är tillskrivningar av vad som traditionellt sett och stereotypiskt kan beaktas som kvinnligt och manligt. Därav kan en kvinna bli kallad maskulin och tvärtom (Hofstede, 2014). Enligt Hofstede (2014) kan ett maskulint samhälle definieras som ett samhälle där *känslomässiga* könsroller skiljer sig starkt åt. Det handlar om vad en individ rent stereotypiskt bör känna om denne kategoriseras juridiskt som kvinna eller man, där en pojke bör vara tuff, bestämd och fokusera på materiell lycka, med en kvinna bör fokusera på relationsmässig livskvalitet. Ett samhälle anses vara feminint om rollfördelning mellan vad som stereotypiskt är manligt och kvinnligt inte är lika prominent. Detta innebär att särskilt en man också kan, då och då, anses vara ödmjuk, blygsam och fokuserade på relationsmässig livskvalitet (Hofstede 2014). Hofstede (2014) skriver att de flesta samhällen ligger någonstans mitt emellan vad som på detta sätt klassas som maskulint och feminint, men vissa länder sticker särskilt ut, däribland Sverige som är väldigt feminint och Storbritannien som klassas som maskulint. Hofstede (2016) skriver att maskulinitet/femininitet alltså inte är det som är påtagligt och synligt manligt/kvinnligt i samhället, såsom att det är männen som går till arbetet och kvinnorna stannar hemma med barnen. Han menar på att dessa roller är till stor utsträckning beroende av ekonomiska faktorer (Hofstede 2016). Vidare förklarar han att maskulinitet/femininitet istället är beroende av de emotionella rollerna i hemmet där barnen blir socialiserade. I maskulina samhällen specialiserar sig männen i ego-boostande roller medan kvinnorna specialiserar sig inom "ego-effacing" (vilket vi kommer att kalla för "ego-decentraliserade") roller. I feminina samhällen, där emotionella roller är mer jämt fördelade över könen är framförallt män likväl inriktade mot ego-decentraliserade roller. Dessa roller i hemmet speglar även hela samhället som stort (Hofstede, 2016).

Hofstede (1998) skriver att människor i feminina samhällen har stort fokus på att försöka balansera familj med yrkesliv. I maskulina samhällen så väger ofta jobbet och karriär över familjen, vilket gör att arbetet ofta är en okej ursäkt för män att försumma familjen,

medan familjeskäl inte är en okej ursäkt för män att försumma karriär/arbete. Inom familjen i ett maskulint samhälle så skall mannen vara den av de stereotypiska könen som hanterar fakta och kunskap medan kvinnan stereotypiskt skall vara det känslomässiga stödet för barnen. I ett maskulint samhälle brukar alltså barnet gå till mamman om det har skadat sig men om det söker fakta brukar det istället fråga pappan. I ett feminint samhälle skall båda föräldrarna vara lika på båda delarna, det spelar ingen roll om barnet går till mamman eller pappan för att fråga om råd eller när det har ont (Hofstede, 2014).

Vidare främjar ett maskulint samhälle det starka hos individer, att vara självständig och man får gärna sticka ut. Motsatsvis gäller i ett feminint samhälle, där man är avundsjuk på "high-flyers". Detta gäller särskilt här i Norden (Danmark, Norge och Sverige) som har "jantelagen". Jantelagen beskrivs av Hofstede (2014) och är en oskriven lag, som säger att man inte får sticka ut och tro att man är bättre än andra på något sätt.

Hofstede (2014) skriver även att människor i maskulina samhällen har mindre sympati för de svaga och ser ner på dessa människor jämfört med människor i feminina samhällen som istället har mer sympati för de svaga. Om man ser till religion, så fokuserar ett maskulint samhälle mer på gud, medan man i ett feminint samhälle sätter medmänniskan i fokus. I maskulina samhällen är det mer accepterat för flickor att gråta än vad det är för pojkar, medan pojkar ofta skall agera starka och inte visa känslor som tyder på svaghet. I maskulina samhällen är det mer accepterat att pojkar får lov att slåss, medan flickor inte får lov slåss. I feminina samhällen är det mer accepterat att både flickor och pojkar gråta, men ingen av dem får lov att slåss (Hofstede, 2014).

Maskulint och feminint går också att relatera till sexuella relationer: I ett feminint samhälle så är sex ett sätt för ett par att relatera till varandra, medan i ett maskulint samhälle så är sex mer ett sätt att prestera, där mannen ofta är subjektet och kvinnan ofta är objektet (Hofstede, 2014).

Relationen mellan arbetstagare och arbetsgivare skiljer sig också mellan feminina och maskulina samhällen. I maskulina samhällen är lön mer viktigt än fritid/ledighet medan det i feminina samhällen är lika viktigt med fritid/ledighet som det är med lön, med detta sagt har även feminina samhällen ofta längre ledigheter än maskulina samhällen (Hofstede, 2014).

Hofstede (1998) mäter maskulinitet och femininitet genom jämförelser med andra samhällen och mäts i Masculinity index, MAS, där skalan går från 0-100 där 0 är totalt feminint och 100 är totalt maskulint. Exempel på länder med stark maskulin kultur är bland

annat: Slovakien, Japan, Österrrike och Venezuela. Storbritannien ligger även högt, på delad 9:e plats enligt MAS-skalan (Hofstede, 2016). Exempel på feminina länder är: Danmark, Nederländerna, Norge och Sverige. Det skall dock nämnas att de Nordiska länderna märkbart sticker ut som feminina länder, se Tabell 1. Viktigt att lägga märke till vid användandet av MAS-skalan är att graden av maskulinitet verkar minska med ålder (Hofstede, 1998). När personer blir äldre tenderar man att värdera mer sociala sammanhang än mindre ego-orienterade. Värdegapet mellan ego-decentralisering och ego-orientering mellan kvinnor och män verkar bli lika när de når 50 års ålder (Hofstede, 1998).

Kulturella skillnader mellan Storbritannien och Sverige enligt Hofstedes Culture Model

Sverige. Enligt Hofstede (1998) skiljer sig Storbritannien och Sverige markant gällande maskulinitet/femininitet, där Storbritannien mäter 66 av 100 på maskulinitet, och Sverige endast mäter 5 av 100 på samma skala. Storbritannien kan därmed anses vara ett maskulint land, medan Sverige anses vara ett väldigt feminint land enligt Hofstedes (1998) MAS-skala. Det skall dock tilläggas att detta inte betyder att Sverige är perfekt jämställt eller feminint samhälle, där bland annat arbete och löner skiljer sig mellan män och kvinnor, medan kvinnor tar ut mer föräldraledighet än vad män gör (Statistiska Centralbyrån, 2018). Mer ingående om Sverige skriver Hofstede (2018) att det är viktigt att bibehålla balansen mellan arbete och familj samt att alla är inkluderade. Fortsättningsvis skriver Hofstede (2018) om den svenska feminina kulturen på arbetsplatsen, där chefer i Sverige strävar efter konsensus samt lika värde, solidaritet och kvalitet i arbetslivet. Konflikter löses genom kompromisser och förhandling och svenskar är kända för sina långa

Tabell 1

*Lista över maskulina och feminina länder.
Källa: Hofstede, 2016*

Maskulina	Feminina
Slovakien 96	Brasilien 49
Japan 95	Israel 47
Österrrike 79	Indonesien 46
Venezuela 73	Västafrika 46
Italien 70	Turkiet 45
Mexiko 69	Frankrike 43
Irland 68	Iran 43
Jamaica 68	Peru 42
Kina 66	Spanien 42
Tyskland 66	Östafrika 41
Storbritannien 66	El Salvador 40
Colombia 64	Vietnam 40
Filippinerna 64	Syd Korea 39
Polen 64	Uruguay 38
Sydafrika 63	Ryssland 36
Ecuador 63	Thailand 34
USA 62	Portugal 31
Australien 61	Chile 28
Nya Zeeland 58	Finland 26
Argentina 56	Costa Rica 21
Indien 56	Slovenien 19
Arabländer 53	Danmark 16
Marocko 53	Nederländerna 14
Kanada 52	Norge 8
Pakistan 50	Sverige 5

diskussioner fram tills att gemensam konsensus nås. I Sverige ser man på fritid och flexibla arbetstimmar som något värdefullt, och hela kulturen är baserad kring vad som anses vara 'lagom', vilket innebär något som inte är för mycket, men heller inte för lite, inte för anmärkningsvärt och allt i måtta. Lagom ser till att alla har tillräckligt och att ingen går utan något. Lagom genomsyrar samhället genom "Jantelagen", som nämnts ovan, den fiktiva lagen som implicit skall hålla människor 'på plats' och från att inte sticka ut för mycket (Hofstede, u.å.).

Storbritannien. På motsatt sätt beskrivs alltså Storbritannien av Hofstede (u.å.) som att vara ett högst maskulint samhälle, alltså ett samhälle som är väldigt drivet av strävan efter framgång. En vanlig förvirring med den brittiska kulturen är den motsättningen mellan blygsamhet/underdrift som ligger i strid med det underliggande framgångsrika värdesystemet i kulturen. Det är viktigt att kunna förstå och läsa av britterna på vad som sägs "mellan raderna"; menat med att det som sägs inte alltid är det som menas. I jämförelse med feminina kulturer, såsom den svenska, så lever människorna i Storbritannien mer för att arbeta och har en tydligare framgångsambition (Hofstede, u.å.).

Agency och Communion

Abele och Wojciszke (2014) skriver att begreppet agency och communion introducerades av David Bakan (1966). Agency och communion kan klassas som två fundamentala delar av hur man beskriver och bedömer människor och grupper. Abele och Wojciszke (2007) menar att agency och communion kan länkas till en enkel distinktion i perspektivet om *självet* (agency) och perspektivet om *andra personer* (communion). De argumenterar för att agency helt enkelt relaterar till målsättningen som uppfyller självet, medan communion är relaterat till beaktningen av andra människor och relevant i varje social kontext och relation. David Bakan (1966) menar att agency innefattar existensen av en organism som en individuell individ medan communion står för det deltagande individen har i den större kontexten för vilken individen är en del av. Agency uppstår från strävandet att vara självständig och individuell i sin målsättning, där kvaliteter såsom instrumentalitet, dominans, kompetens, effektivitet, ambitioner tillskrivs en agency-orienterad person. Communion innefattar strävandet att integrera jaget i ett större socialt sammanhang, genom att ta hand om andra och ha fokus på de egenskaper som involverar andra personer och deras välbefinnande, samarbete samt emotionella uttryck (Abele & Wojciszke, 2007; Bakan, 1966).

När det kommer till personlighetskonstrukt finns det tidigare forskning som visar att agency och communion är två oberoende överordnade faktorer av personlighet som brett täcker dimensionerna om *interpersonel circumplex* av Wiggins år 1991 (Abele & Wojciszke 2007). Dessa dimensioner är dominant/ambition (agency) mot omvårdnad/värmande (communion). Abele och Wojciszke (2007) skriver också om tidigare forskning av Digman (1997) samt Helgeson och Fritz (2000) och att det går att dela upp Big Five-dimensionerna i två teman/faktorer, dessa är personlig utveckling (agency) och socialisering (communion). Tidigare forskning visar alltså att agency och communion går att jämföra med andra, väletablerade psykologiska teorier. Med grund i Terman och Miles (1936) forskning om könsskillnader i personlighet, är psykologisk maskulinitet och psykologisk femininitet, går det att conceptualisera och likna maskulinitet och femininitet enligt Hofstede's definition mot begreppen agency och communion. Även Abele och Wojciszke (2007) menar att agency anses vara kärnan i stereotyp maskulinitet, medan communion anses vara kärnan i stereotyp femininitet.

The Goal Congruity Perspective och könsskillnader mellan yrkesmål

Diekmann, Clark, Johnston, Brown och Steinberg (2011) skriver att deras forskning om *the goal congruity perspective* ger en teoretisk ram för att förstå hur motivationsprocesser påverkar samt påverkas av sociala roller. Tidigare forskning har även visat att *the social role perspective*, vilken *the goal congruity perspective* är en del av, har visat på att personer tar olika roller för att leva upp till de sociala målen som är satta för den typ av grupp de tillhör (Diekmann, Steinberg, Brown, Belanger, & Clark, 2016). *The social framework* visar att individer ständigt skapar sin egen miljö att vistas i, engagera sig och utgå ifrån i specifika sociala roller, och Diekmans et al. (2016) *goal congruity perspective* presenterar en ram för att förstå målorientering av dessa sociala rollval och hur dessa främjar strävan efter särskilda mål inom agency och communion.

Tellhed, Bäckström och Björklund (2018) fann att svenska kvinnor har högre communionmål än svenska män och att det saknades en könsskillnad i agency-inriktade karriärmål i Sverige, vilket liknar Diekmans resultat på amerikaner (Diekmann et al., 2016). Dock fann Tellhed et al. (2018) att om svenska ungdomar tvingas välja mellan agentic eller communal-yrkesmål, valde fler män agentic-yrkesmål över communal-yrkesmål medan hälften av kvinnorna valde communal mål och hälften agentic mål (Tellhed et al., 2018).

Sammanfattning och hypotes

Förhoppningen med denna studie är att den skall kunna bidra med förståelse om kulturella skillnader mellan Storbritannien och Sverige i agentic yrkesmål. Vi undersöker om svenskar som flyttat för att arbeta i det mer maskulina Storbritannien har starkare agentic yrkesmål jämfört med svenskar som bor och arbetar i Sverige. Vi undersöker även om graden av agentic yrkesmål hos svenskar som flyttat till Storbritannien påverkas av hur länge de har bott där. Vi vill dessutom undersöka om det skiljer sig mellan kön och agentic-inriktning för svenskar som arbetar i Storbritannien. Vi kommer även att undersöka explorativt om det finns skillnader i communal yrkesmål mellan svenskar bosatta i Sverige och Svenskar bosatta i Storbritannien.

Hypoteser för agency

Hypotes 1: Svenskar som arbetat i Storbritannien har högre agentic yrkesmål jämfört med svenskar som inte arbetat i Storbritannien.

Hypotes 2: Ju längre tid svenskarna har arbetat i Storbritannien desto högre är deras agentic yrkesmål.

Hypotes 3: Kön har ingen inverkan på agentic yrkesmål för svenskar som arbetar i Storbritannien.

Hypoteser for communion

Hypotes 4: Svenskar som arbetat i Storbritannien har lägre communion yrkesmål jämfört med svenskar som inte arbetat i Storbritannien.

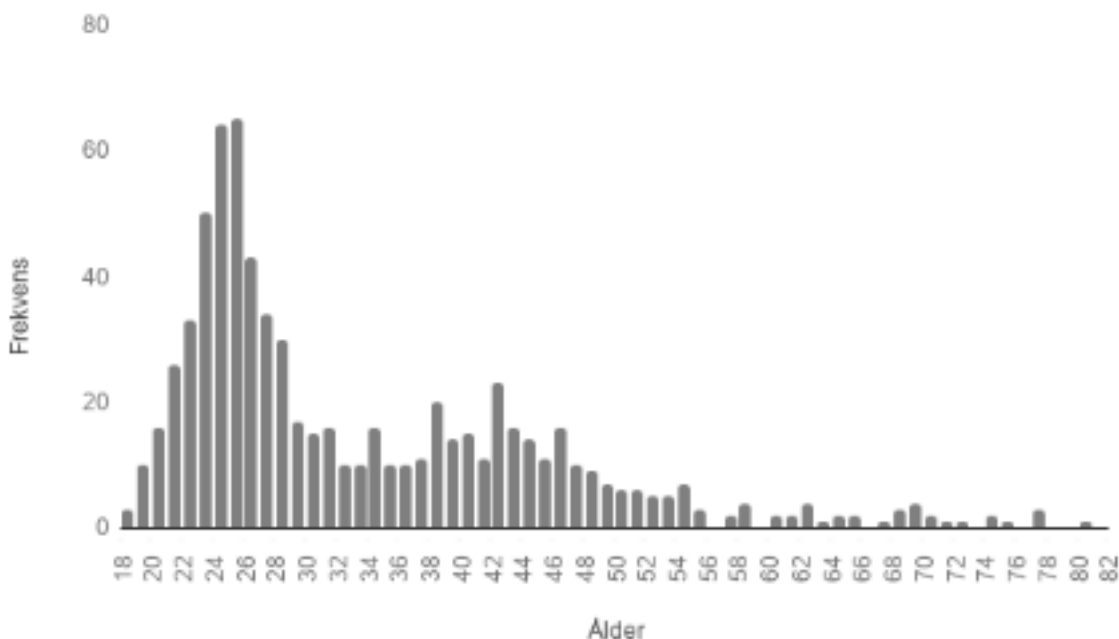
Hypotes 5: Det skiljer sig mellan communion yrkesmål och kön för svenskar som arbetar i Storbritannien.

Metod

Deltagare

Det var totalt 727 deltagare i studien, varav två deltagare ej inkluderades i dataanalysen på grund av att de angivit svar som ej kunde tolkas. Totalt analyserades svaren från 725 stycken personer, 77.5 % (562 stycken) av deltagarna var kvinnor och 21% (152 stycken) var män och 1,5 % (11 stycken) ville ej ange kön. Det var 47.9% (347 stycken) som angav att de arbetar eller har arbetat i Storbritannien och 52,1% (378 stycken) som inte arbetat i Storbritannien. Samtliga deltagare angav att de var över 18 år, svenska medborgare och samtyckte till att delta i studien genom en inledande obligatorisk kontrollfråga.

Medianåldern var 28 år, medelåldern var 33,2 år och åldern varierade från 18 år till 80 år, $SD = 12,085$, se figur 1 för åldersfördelningen.



Figur 1. Histogram över åldersfördelningen bland deltagarna, $N = 725$.

Material och design

Vår enkät baserades till stor del på frågor som redan var översatta från engelska till svenska av Tellhed et al., (2018). Tellhed et al. (2018) har använt back-translation metoden för översättning. Yan (2007) skriver att detta är ett väl beprövat sätt att översätta test och med god kvalitet. Genom att göra en jämförelse mellan originaltext och den nyskrivna texten, blir texten reliabelt översatt och det går att säkerställa ekvivalentnivån av översättningstexten (Yan, 2017).

Instrument

Vi har använt oss av *Goal endorsement scale*, som är baserad på Diekman et al. (2016) the goal congruity perspective. Skalan mäter agentic och communal yrkesmål och är särskilt framtagen för att förstå hur motivationsprocesser påverkar och påverkas av sociala roller. Detta ansåg vi vara ett lämpligt test att mäta just kulturella dimensioner inom agentic och communal yrkesmål, samtidigt som *the goal congruity perspective* också ger ett teoretiskt ramverk för motivationsprocesser för stereotypiskt kvinnliga och manliga könsroller. Vi har

valt att begränsa the goal congruity perspective till att förstå oss på målbildningen av agentic och communal yrkesmål för svenskar i Sverige och svenskar i Storbritannien och på så sätt undersöka om det finns kulturella skillnader mellan dessa två grupper.

Deltagarna svarar på frågan ”Hur viktigt är det för dig att du under ditt yrkesliv får möjlighet att...” följt av 14 påståenden kring agentic yrkesmål, som t ex "Få makt" och "Få hög lön", och 10 påståenden kring communal yrkesmål, som t ex "Bry mig om andra" och "Göra gott för samhället", se Bilaga 1 för delar av hur enkäten såg ut samt samtliga påståenden för agentic och communal yrkesmål. Påståendena randomiserades i ordning och skattades på en sjugradig Likertskala med ändpunkterna “Inte alls viktigt” (1) till “Extremt viktigt” (7) (Tellhed et al, 2018). Skalan introducerades med en text där deltagarna uppmanades att bedöma vikten av varje påstående och hur väl det överensstämmer med dem själva på deras arbetsplats. Cronbach’s alfa för agency-frågorna var 0,847 och för communion-frågorna var Cronbach’s alfa 0,877. Detta indikerar att frågorna kring agency och frågorna kring communion båda hade god intern reliabilitet, alltså att testet mäter det som vi ämnar det till att mäta (Aron, Coups och Arons, 2014).

Det kan nämnas att svaren för en av communion-frågorna stack ut. Frågan om att “Tillfredsställa mitt behov av andlighet” hade mycket lägre korrelation med de övriga frågorna och om frågan hade raderats hade Cronbach’s alfa stigit till 0,896. Vi ansåg dock att ett alfa-värde på 0,877 var bra nog och frågan behölls därför. Inga andra frågor, varken för communion eller agency, stack ut på samma vis och hade inte kunnat höja respektive Cronbach’s alfa om de hade raderats.

För att mäta hur länge deltagarna hade arbetat i Storbritannien fick de svara i text hur länge de arbetat där, det gick därför att svara i både år, månader, veckor eller dagar.

Procedur och analysmetod

Utformande av enkät. Den elektroniska enkäten som deltagarna mottog inleddes med information om enkätens villkor och etiska principer. Efter informerat samtycke (se etik nedan) följde 4 demografiska frågor gällande kön, sysselsättning, ålder samt om de någon gång arbetat i UK. De deltagare som svarade att de vid något tillfälle arbetat i Storbritannien gick därefter vidare till frågor om deras vistelse i Storbritannien där de svarade hur länge sammanlagt som de arbetat där. De deltagare som svarade att de aldrig arbetat i Storbritannien fick istället en fråga om de överhuvudtaget hade arbetat utanför Sverige i mer än 6 månader och i så fall i vilket land de arbetat i. Därefter gick båda grupperna vidare till

goal endorsement scale-testet, som således mätte agency och community-inriktning på yrkesmål.

Enkäten låg totalt uppe i ca 2,5 dygn på diverse Facebook-sidor (se nedan) innan enkäten stängdes och det inte längre gick att delta. Svaren från där deltagaren själv fått fylla i hur länge denne arbetat i Storbritannien gicks igenom och omkodades vid behov ifrån tal angivna i till exempel månader till del av år (t.ex. om någon angett att de arbetat "6 månader" kodades detta istället som 0,5 år). Det var vid denna omkodningen som två stycken bortfall uppstod då två deltagare hade svarat "10" respektive "14" utan att ange tidsenhet, dessa deltagarnas svar raderades. Fem stycken deltagare hade svarat "Nej" på frågan om de hade arbetat i Storbritannien men senare angett att de arbetat i Storbritannien (som svar på frågan "I vilket land?" angående att de sagt att de arbetat minst 6 månader utanför Sverige). Dessa deltagare ändrades därför manuellt till att ingå i gruppen "Svenskar som arbetat i Storbritannien" även om uppgift för hur länge de arbetat i Storbritannien saknades.

Urval och distribuering. Enkäten spreds digitalt via länk på Facebook. Länken delades på författarnas facebook-sidor, samt i flera olika grupper på Facebook. I försök att nå så många som möjligt, vände vi oss även direkt till vår vänskapskrets på Facebook och bad om vidarespridning av enkäten. Detta är ett bekvämlighetsurval i enlighet med Shaughnessy, Zechmeister & Zechmeister (2014), eftersom att vi valde att distribuera enkäten utifrån vår tillgänglighet till deltagare. För att få tag på svenskar som bor i Storbritannien använde vi oss av Facebook-grupper som just är skapade för att samla svenskar i Storbritannien i ett forum. Det finns flera olika grupper, bland annat 'Svenskar i Storbritannien', 'Svenskar i London' samt 'LondonSwedes'. Sammanlagt innehöll dessa grupper ca 32 000 medlemmar.

Etik

Enkäten som deltagarna mottog inleddes med information om enkätens villkor och etiska principer, alltså att deltagandet i enkäten är frivillig och att man är anonym som deltagare, i enlighet med American Psychological Associations (2017) etnografiska riktlinjer. Denna information sammanfattas i den första och obligatoriska frågan om informerat samtycke, där deltagarna alltså endast kan delta i studien om de samtycker till att de är över 18 år, svensk medborgare samt deltar frivilligt och kan avbryta när som helst (American Psychological Association, 2017). I enkäten presenterades studiens syfte som "att undersöka svenska medborgares yrkesmål och erfarenhet av att arbeta i andra länder, med särskilt fokus på Storbritannien" för deltagarna. Vi nämnde alltså aldrig studiens syfte i form av att mäta

adaption av kulturella skillnader på arbetet. Anledningen till detta är för att det då finns en risk för primingeffekt och demandeffekt då deltagarna gissar sig till syftet och svarar utefter gissningen istället för hur de annars skulle gjort, vilket ökar studiens reliabilitet (Shaughnessy et al., 2014).

Resultat

Preliminära analyser

Datan överfördes till SPSS där den kontrollerades för eventuella outliers. Fyra stycken outliers identifierades enligt Tukeys principer för att upptäcka outliers som förfinats av Hoaglin och Iglewicz (1987). Tre outliers återfanns i communal-skalan och en återfanns i agency-skalan, alla fyra hade värden som var betydligt lägre än övriga deltagare. Poängen för de fyra outliers transformerades, genom windsorizing, sedan till närmsta värde som inte klassats som outlier (Dixon, 1960). Därefter upptäcktes inga allvarliga avvikelser från antagandet om normalfördelning.

Agency

Hypotes 1. För att undersöka Hypotes 1, att det skulle finnas en signifikant skillnad mellan svenskar som arbetar i Sverige och svenskar som arbetar eller har arbetat i Storbritannien avseende agentic yrkesmål, genomfördes ett independent samples *t* test. Resultaten visade ingen signifikant skillnad mellan svenskar som arbetat i Storbritannien, $M = 4,826$, $SD = 0,759$, och svenskar som inte gjort det, $M = 4,876$, $SD = 0,753$; $t(723) = -0,900$, $p = 0,368$, tvåsvansad, och effektstorleken var väldigt liten, (Cohen's) $d = 0,066$.

Gruppen svenskar som ej arbetat i Storbritannien delades även in på huruvida de arbetat utanför Sverige i mer än 6 månader vid något tillfälle ($n = 67$) och de som aldrig hade gjort det ($n = 316$). Ett independent samples *t* test genomfördes med agency som beroende variabel på svenskarna som arbetat i Storbritannien, $M = 4,824$, $SD = 0,763$, och svenskarna som aldrig arbetat utanför Sverige, $M = 4,848$, $SD = 0,757$; $t(656) = -0,405$, $p = 0,686$, vilket gav ett icke signifikant resultat med en svag effektstorlek, $d = 0,032$. Hypotes 1 får därför inget stöd i aktuell studie.

Hypotes 2. För att undersöka Hypotes 2, att agency skulle öka desto längre en svensk arbetat i Storbritannien, genomfördes en Pearsons korrelationsanalys på tid i Storbritannien och agency för att se om förändring i agency uppstod löpande över tid. Det fanns dock ingen statistisk signifikant korrelation mellan agency och hur länge deltagaren hade bott i Storbritannien, $r = -0,050$, $n = 342$, $p = 0,355$. Hypotes 2 får därför inget stöd i aktuell studie.

Hypotes 3. För att undersöka Hypotes 3, att kön inte har någon inverkan på agency för svenskarna som arbetat i Storbritannien, genomfördes en två-vägs ANOVA på gruppera kön och huruvida de arbetat i Storbritannien med agency som beroende variabel. Interaktionseffekten mellan kön och huruvida personen jobbat i Storbritannien var inte statistiskt signifikant, $F(2, 719) = 0,665, p = 0,515$. En signifikant huvudeffekt av kön hittades dock, där männen, $M = 5,025, SD = 0,722$, hade högre agentic yrkesmål jämfört med kvinnorna, $M = 4,815, SD = 0,759, F(2, 719) = 7,569, p = .001$. Effektstorleken var liten, (partial eta squared) $\eta^2 = 0,021$. Ingen signifikant huvudeffekt återfanns mellan agency och om deltagaren hade arbetat i Storbritannien, $F(1, 719) = 0,888, p = 0,346$, med en liten effektstorlek, partial $\eta^2 = 0,001$. Hypotes 3 får inget tydligt stöd då en könsskillnad återfanns men att det inte fanns någon signifikant interaktionseffekt.

Communion

Hypotes 4. För att undersöka hypotes 4, att det skulle finnas en signifikant skillnad mellan svenskar som arbetar i Sverige och svenskar som arbetar eller har arbetat i Storbritannien avseende communal yrkesmål, genomfördes ett independent samples t test på skalan för communion som inte visade några signifikanta skillnader mellan de som hade arbetat i Storbritannien, $M = 5,047, SD = 0,998$, och svenskar som inte hade gjort det, $M = 5,107, SD = 0,970; t(723) = -0,815, p = 0,415$, tvåsvansad, och effektstorleken var väldigt liten, $d = 0,061$.

Gruppen svenskar som ej arbetat i Storbritannien delades återigen in på huruvida de arbetat utanför Sverige i mer än 6 månader vid något tillfälle ($n = 67$) och de som aldrig hade gjort det ($n = 316$). Ett independent t test genomfördes på svenskar som arbetat i Storbritannien $M = 5,051, SD = 1,001, n = 342$, och jämförde dessa med enbart svenskarna som aldrig arbetat utanför Sverige $M = 5,196, SD = 0,893, n = 316; t(656) = -1,955, p = 0,051$, alltså inte signifikant med en svag effektstorlek, $d = 0,152$. Hypotes 4 får därför inget stöd i aktuell studie.

Hypotes 5. För att undersöka hypotes 5 att kön inte har någon inverkan på communion för svenskarna som arbetat i Storbritannien, genomfördes en två-vägs ANOVA. Inte heller här fanns någon signifikant interaktionseffekt mellan kön och arbete i Storbritannien på communion $F(2, 719) = 0,646, p = 0,524$. Det fanns inte heller någon huvudeffekt mellan arbete i Storbritannien och communion $F(1, 719) = 0,210, p = 0,647$. Men en huvudeffekt för kön hittades som väntat, där männen, $M = 4,628, SD = 1,056$, hade

lägre communal yrkesmål jämfört med kvinnorna, $M = 5,218$, $SD = 0,914$, $F(2, 719) = 26,98$, $p < 0,001$. Effektstorleken var medelstark, partial $\eta^2 = 0,07$. Hypotes 5 får inget tydligt stöd då en könsskillnad återfanns men att det inte fanns någon signifikant interaktionseffekt.

Explorativ forskning

Gruppen svenskar som ej arbetat i Storbritannien delades även in på huruvida de arbetat utanför Sverige i mer än 6 månader vid något tillfälle ($n = 67$) och de som aldrig hade gjort det ($n = 316$). Ett independent samples t test genomfördes med agency som beroende variabel. Gruppen som vid något tillfälle arbetat utomlands, $M = 5,017$, $SD = 0,701$, hade inte signifikant högre värden av agency än svenskar som aldrig arbetat utanför Sverige, $M = 4,848$, $SD = 0,757$; $t(381) = 1,685$, $p = 0,093$, med en obefintlig effektstorlek, $d < 0,000$. Ett independent samples t test genomfördes även med communion som beroende variabel som visade signifikanta skillnader mellan gruppen som vid något tillfälle arbetat utomlands (men ej i Storbritannien), $M = 4,664$, $SD = 1,176$, jämfört med gruppen som aldrig arbetat utomlands, $M = 5,196$, $SD = 0,893$; $t(381) = -3,490$, $p = 0,001$ med en medelstark effektstorlek, $d = 0,509$.

Vi valde även att genomföra Persons korrelationsanalyser men fann ingen signifikant korrelation mellan ålder och communion, $r = -0,031$, $N = 725$, $p = 0,398$. Däremot fanns det en svag men signifikant negativ korrelation mellan ålder och agency, $r = -0,089$, $N = 725$, $p = 0,016$.

Diskussion

Denna studie syftade till att testa om svenskars grad av stereotyp maskulina (agentic) yrkesmål påverkas efter att ha bott och arbetat i ett land som klassas som mycket mer maskulint än Sverige, det vill säga, om de tycks anpassa sig till det nya landets kultur. Vi undersökte även explorativt om det fanns några skillnader i stereotyp feminina (communal) yrkesmål mellan svenskar bosatta i Sverige och svenskar bosatta i Storbritannien. Resultaten gav inte stöd för hypotesen att graden av agentic yrkesmål skulle skilja sig åt för de svenskar som arbetat eller inte arbetat i Storbritannien. Vi fann heller ingen skillnad i communal yrkesmål mellan de svenskar som arbetat i Storbritannien. Däremot fann vi att svenskar som aldrig arbetat utomlands hade högre communal yrkesmål jämfört med svenskar som någon gång arbetat utomlands (men inte i Storbritannien). Vi fann även signifikanta könsskillnader, både i communal yrkesmål, vilket var väntat, men även i agentic yrkesmål.

Agency

Hypotesen att svenskar som arbetat i Storbritannien skulle ha högre agentic yrkesmål grundade vi på Berry (2003) och Phinney (2003) teori om att människor skulle akulturaliseras till sin omgivning, i detta fall att en person från ett feminint samhälle som flyttade till ett maskulint samhälle skulle påverkas av den rådande kulturen och därför själv bli mer maskulin. Genom antagandet att agency och maskulinitet mäter ungefär samma delar av en persons kulturella värderingar och mål borde vi kunna sett att agency skulle ha varit högre för gruppen svenskar som arbetade i Storbritannien. Analysen visade som nämnts att det inte finns några signifikanta skillnader mellan grupperna eller att tiden svenskarna arbetat i Storbritannien påverkade agencymålen. Vad vi vet har denna hypotes inte tidigare testats och resultatet kan eventuellt tolkas som att svenskar som flyttar till Storbritannien inte akulturaliseras, utifrån sina yrkesmål sett. Vi har dock antagit att Diekmans et al. (2010) agentic yrkesmål och Hofstedes (1998) begrepp maskulinitet är snarlika begrepp (Terman & Miles 1936; Abele & Wojciszke, 2007) och att eftersom Storbritannien har avsevärt högre nivåer av maskulinitet borde de därför även ha avsevärt högre nivåer vad gäller agentic yrkesmål. Någon tidigare forskning som mätt specifikt skillnader i agentic yrkesmål mellan svenskar och briter har dock inte redovisats i aktuell studie. Det kan därför vara så att svenskar som flyttar till Storbritannien inte kan akulturaliseras i hänsyn till agentic yrkesmål då kulturen kanske inte skiljer sig nämnvärt åt på den faktorn. Vidare forskning bör undersöka detta.

Communion

I Hofstedes (1998) forskning är maskulinitet och femininitet två motpoler på samma dimension, medan andra forskare brukar betrakta begreppen som två dimensioner (Abele & Wojciszke, 2007). Utifrån Hofstedes dimensionsansats kan man tänka att om agency skulle öka genom att arbeta i Storbritannien borde därför communion minska. Därför testade vi även om communion skiljer sig åt mellan svenskar som arbetat i Storbritannien och svenskar som inte gjort det. Inte heller här återfanns några signifikanta skillnader.

Signifikanta resultat erhöles dock när vi delade upp deltagarna i grupperna för de som inte arbetat i Storbritannien men hade arbetat utanför Sverige. I enkäten ställdes frågan om de arbetat i tredje land (alltså inte i Sverige eller Storbritannien) då det i Hofstedes (2016) forskning är Sverige som placerar sig extremt långt ner på maskulinitetsskalan (plats 52 av 52 mätta länder, se Tabell 1). Storbritannien placerar sig förvisso högt upp (delad 9:e plats av 52) men sticker inte ut på samma vis som Sverige gör. Det är därför logiskt att om en svensk

person arbetar utomlands kommer det ske i ett mer maskulint land. Man kan därför anta att om svenskar skulle akulturaliseras med hänsyn till maskulinitet och femininitet under arbete i utlandet så kommer det troligtvis ske oavsett vilket land personen arbetar i. En analys visade att det finns signifikanta skillnader för communion men inte för agency. Alltså placerar sig svenskar som aldrig arbetat utomlands signifikant högre upp på en communionskala än svenskar som har arbetat utomlands (men inte i Storbritannien). Detta hade dessutom en medelstark effektstorlek med Cohen's $d = 0,509$. Till följd av detta fyndet jämfördes svenskar som arbetat i Storbritannien med svenskar som aldrig arbetat utanför Sverige. Resultatet för agency var inte signifikant, men resultatet för communion var marginellt signifikant med en svag effektstorlek. Då urvalet på svenskar som arbetat utanför Sverige men inte i Storbritannien var för litet ($n = 67$) och vidare information om vistelselängd osv saknades valde vi att inte göra fler analyser på om dessa personer skilde sig åt eller om olika länder eller världsdelar hade olika påverkan. Då denna studie inte heller tillämpade experimentell metod så kan vi inte heller uttala oss om riktningen på effekten. Även om vi ser att svenskar som arbetat utomlands mäter lägre på communionskalan är det fullt tänkbart att det är svenskar som från början mätte lägre som gav sig ut utomlands istället för att det är arbetet i utlandet som gör att deras grad av communion sänks. Det ligger nära till hands att anta att någon som har högre nivåer av communion kan tänkas ha svårare att lämna sin familj och vänner för att flytta utomlands.

Könsskillnader

Vår studie visade en signifikant skillnad mellan könen i både agentic och communal yrkesmål, vilket delvis går emot hypotes 3 men delvis bekräftar hypotes 5. Tidigare studier i Sverige av Tellhed et al. (2018) och i USA av Diekman et al. (2016) har enbart funnit könsskillnader i communal yrkesmål vid användning av samma skala (goal endorsement scale). En eventuell anledning till att vi fick signifikanta könsskillnader för agentic-yrkesmål när Tellhed et al. (2018) inte fick det hade kunnat vara att denna studien mätte vuxna människors mål. Samtliga deltagare hade angivit att de var över 18 år och medelåldern var 33,2. Detta skiljer sig markant från Tellheds et al. (2018) deltagare vars medelålder var 15,89. Även om det i denna studien framkom en svag negativ korrelation mellan ålder och agency går det inte att utesluta att vuxna människor, ur en annan generation, kommer prioritera annorlunda än vad barn gör. Det är möjligt att de sociala förväntningarna och förväntade

stereotyper som omnämns i Tellheds et al. (2018) studie med tiden internaliserats hos vuxna men att det vid ännu högre ålder sakta börjar gå tillbaka.

Åldersskillnader

Hofstedes (1998) tidigare forskning har visat att maskulinitet tycks verka avta med ålder och att man därför blir mer communion-inriktad när man blir äldre. Våra resultat ligger inte riktigt i linje med Hofstedes även om vi fick en signifikant negativ korrelation mellan agency och ålder så var denna väldigt svag, $r = -0,089$. Vi fick heller ingen signifikant korrelation mellan ålder och communion. Att våra resultat skiljer sig från Hofstedes kanske talar för att agentic och communal yrkesmål inte helt överensstämmer med Hofstedes mått av maskulint/feminint. Då våra frågor varit direkt inriktade mot en persons yrkesliv och många av de äldre deltagarna hade redan hunnit gå i pension eller var hemmafruar varpå deras svar kring yrkeslivet inte nödvändigtvis behöver spegla deras tankar kring övriga aspekter som mer allmänna agency- och communiontest kan tänkas mäta.

Begränsningar

Eftersom studien inte har någon experimentell metod, kan vi inte uttala oss om någon kausalitet i fynden. Detta innebär alltså att resultatet som visar att svenskar som arbetat utomlands (men inte i Storbritannien) har lägre communal yrkesmål än de som enbart arbetat i Sverige skulle kunna bero på att de anpassade sig till en mindre feminin kultur men det kan även betyda att de redan hade lägre communal yrkesmål innan de flyttade utomlands. Detta anser vi kan vara intressant för framtida forskning och skulle kunna genomföras genom longitudinella experiment.

Att använda självskattningsskala har sina nackdelar. Det kan bli subjektivt och kan påverkas av social önskvärdhet (Stagnor, 2004), vilket i vårt fall skulle kunna yttra sig som att personer vill klassa sig som en mer communion-inriktad person. Trots att deltagarna inte informerades om vad testet skulle handla om är det inte otänkbart att deltagaren påverkas av sin omgivning och den tidigare nämnda jantelagen och därför skattar sig själva lägre på agency och högre på communion för att det är detta som kanske anses mer accepterat i det svenska samhället. Enkäten innehöll inga frågor som var designade för att mäta eller reducera den sociala önskvärdheten.

Ytterligare en begränsning vi ser med vår studie är valet av de två länderna Sverige och Storbritannien. Detta då Storbritannien med 66 miljoner invånare, och Sverige med 10 miljoner invånare. Dessutom består Storbritannien av fyra olika delar: Nordirland, Wales,

England och Skottland - där till exempel London ensamt består av 10 miljoner invånare, alltså motsvarande hela Sveriges befolkning. Vi har inte samlat in någon data om var i respektive land våra respondenter kom ifrån, vi kan därför se en begränsning i att vi inte vet hur många som kommer från en storstad, en medelstor ort eller landsbygden. Är det så att alla svarande respondenter kommer från Lund och alla i respondenter i Storbritannien bor i London, och har de i sådana fall olika inriktning på agentic och communion yrkesmål beroende på vart de kommer ifrån? Detta ser vi som potentiell framtida forskning. Anledningen att vi inte har med denna fråga grundar sig på etiska principer om anonymitet och att det eventuellt hade gått att spåra individuella respondenter genom denna frågan.

En annan begränsning är vårt tillvägagångssätt i hur vi samlade in data till undersökningen. Vi gjorde ett bekvämlighetsurval genom att vända oss till våra egna facebook-konton och våra egna nätverk på Facebook, samt gick med i facebookgrupper med många användare och som vi visste innehöll personer som var intressanta för vår studie, exempelvis "Svenskar i Storbritannien" och "Nätverket för beteendevetare". Detta kan leda till att den undersökta populationen inte är representativ nog för att spegla en hel nation, både geografiskt, yrkesmässigt eller ålder (Stagnor, 2004). Det vore därför önskvärt med en replikering av vår studie. En replikering av studien hade varit bra för att försäkra sig om reliabiliteten. Vidare skulle även nya studier kunna ha ett bättre urval av deltagare för att förbättra studiens representativitet. I denna studien har, som nämnts, ingen hänsyn tagits till vilka grupper av svenskar det är som svarat eller var dessa bor. En ny studie skulle exempelvis försöka nå ut till olika län i Sverige för att få en jämn spridning över hela landet, med varierande åldrar för att kunna uttala sig om resultaten är representativa för svenskar i stort.

En sista begränsning i studien är att vi inte är helt säkra på om agency och communion är samma som maskulint och feminint i Hofstedes avseende. Det vore därmed önskvärt för vidare studier att psykometriskt utvärdera skalan vi använde (goal congruity scale) i relation till de skalar som Hofstede använt för femininitet/maskulinitet.

Implikationer

Forskning inom cross-cultural psykologi kan ha stor betydelse i framtiden då vi lever i en globaliserad värld och behovet av förståelsen för andra kulturer och människor spelar en allt viktigare roll. Vi tror särskilt att förståelsen för kulturella skillnader kan spela stor roll inom organisationer som arbetar multinationellt och som behöver tänka på att rikta sig mot

rätt kunder, attrahera rätt anställda och samtidigt agera som en enad organisation världen över.

Resultatet visar även på att anpassningen kan vara komplex och att det är svårt att anamma nya kulturer. Även om vi inte kunde se att arbete i Storbritannien påverkade varken agency eller communion så visade våra andra fynd att en förändring ändå kan tänkas ske; i andra länder än Storbritannien. Detta kan ligga till grund för framtida forskning om hur kulturell adaptation fungerar och kan exempelvis vara av stort värde i förståelsen för hur integration av människor i kan ske på bra och smidiga sätt.

Slutsatser

Vår studies resultat antyder att svenskar som arbetar i just Storbritannien kanske inte akulturaliseras och får förhöjda nivåer av agency eller sänkta nivåer av communion. Däremot visade resultaten att svenskar som arbetat någon annanstans utomlands generellt hade lägre nivåer av communal yrkesmål jämfört med svenskar som inte arbetat utomlands. Däremot kan vi på grund av studiens utformning inte uttala oss om kausaliteten i skillnaden och vi kan inte redogöra för om det är personer med lägre communal yrkesmål som väljer att flytta utomlands eller om det är utlandets högre nivåer av maskulinitet som sänker svenskarnas communal yrkesmål.

Resultaten pekar på att det kan vara rimligt att personer som ämnar att flytta till Storbritannien är medvetna om detta och inte blir förvånade om deras nya arbetskamrater prioriterar annorlunda på jobbet. Detta kan även ligga till grund för företag och beslutsfattare som försöker att integrera svenska personer. Däremot hade framtida forskning behövt djupdyka i vilka länder och kulturer det är som påverkar svenskar mest. Det hade även krävts longitudinella studier där man mäter samma personer innan och efter att de lämnat Sverige för att kunna uttala sig om en eventuell kausaliteten.

Referenser

- Abele, A., & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), 751–763.
doi:10.1037/0022-3514.93.5.751
- Abele, A., & Wojciszke, B. (2014). Communal and agentic content in social cognition: A dual perspective model. *Advances in Experimental Social Psychology*, 50, 195–255.
doi:10.1016/B978-0-12-800284-1.00004-7
- American Psychological Association. (2017). Ethical principles of psychologists and code of conduct (2017). Hämtat den 3 januari 2019 från: <http://www.apa.org/ethics/code/>
- Aron, A., Coups, E.J., & Aron, E.N. (2014). *Statistics for psychology*. (Pearson New International Edition ; Sixth Edition.) Boston: Pearson. ISBN: 9781292036229
- Bakan, D. (1966). *The duality of human existence: An essay on psychology and religion*. Oxford, England: Rand McNally.
- Bem, S. L. (1981). Gender schema theory: a cognitive account of sex typing. *Psychological review*, 88(4), 354-364. doi:0033-295X/81/8804-0354\$00.75
- Berry, J. W. (2003). Conceptual approaches to acculturation. I K. M. Chun, P. Balls Organista, & G. Marin (Red.), *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research* 17-37. Washington, DC, US: American Psychological Association.
doi:10.1037/10472-004
- Diekman, A. B., Clark, E. K., Johnston, A. M., Brown, E. R., & Steinberg, M. (2011). Malleability in communal goals and beliefs influences attraction to STEM careers: Evidence for a goal congruity perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(5), 902-918. doi:10.1037/a0025199
- Diekman, A. B., Steinberg, M., Brown, E. R., Belanger, A. L., & Clark, E. K. (2016). A goal congruity model of role entry, engagement, and exit: Understanding communal goal processes in STEM gender gaps. *Personality and Social Psychology Review*, 21(2), 142–175. doi:10.1177/1088868316642141
- Digman, J. M. (1997). Higher-order factors of the big five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(6), 1246 –1256. doi:10.1037/0022-3514.73.6.1246
- Dixon W. J. (1960). Simplified estimation from censored normal samples, *The Annals of Mathematical Statistics*, 31, 385–391. doi:10.1214/aoms/1177705900

- GLOBE. (2014). GLOBE culture and leadership study. Hämtad: 3 Januari 2019.
<https://www.globeproject.com/studies>
- Hoaglin, D., & Iglewicz, B. (1987). Fine-tuning some resistant rules for outlier labeling. *Journal of the American Statistical Association*, 82(400), 1147-1149.
 doi:10.2307/228939
- Hofstede Insights. (u.å.). Country comparison. Hämtad 11 November 2018 från Hofstede Insights: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/sweden.the-uk/>
- Hofstede, G. (1998). *Masculinity and femininity: the taboo dimension of national cultures*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 8(1), 1-26. doi:10.9707/2307-0919.1014
- Hofstede, G. [10 minutes with]. (2014, 18 November) 10 minutes with...Geert Hofstede on masculinity versus femininity 10112014 [Videofil]. Hämtad 2018-12-27 från <https://www.youtube.com/watch?v=Pyr-XKQG2CM>
- Hofstede, G. (2016). Masculinity at the national cultural level. I Y. J. Wong & S. R. Wester (Red.), *APA handbooks in psychology series. APA handbook of men and masculinities* 173-186. Washington, DC, US: American Psychological Association.
 doi:10.1037/14594-008
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98. 224–253.
 doi:10.1037/0033-295X.98.2.22
- Melluish, S. (2014). Globalization, culture and psychology. *International Review of Psychiatry*. 26(5), 538-543. doi:10.3109/09540261.2014.918873
- Phinney, J. S. (2003). Ethnic identity and acculturation. I K. M. Chun, P. Balls Organista, & G. Marín (Red.), *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research*. (s. 63-81.) Washington, DC, US: American Psychological Association.
 doi:10.1037/10472-006
- Statistiska Centralbyrån. (2018). Jämställdhetsstatistik. Hämtat 7 januari 2019 från Statistiska Centralbyrån:
<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/levnadsforhallanden/jamstalldhet/jamstalldhetsstatistik/#>

- Shaughnessy, J. J., Zechmeister, E. B., & Zechmeister, J. S. (2014). *Research methods in psychology* (10 Uppl). New York: McGraw-Hill.
- Stagnor, C. (2004). *Research Methods for behavioral Sciences* (2. uppl). New York: Houghton Mifflin Company.
- Tellhed U., Bäckström M., Björklund F. (2018). The role of ability beliefs and agentic vs. communal career goals in adolescents' first educational choice. What explains the degree of gender-balance?. *Journal of Vocational Behavior*, 104(2018), 1-13.
doi:10.1016/j.jvb.2017.09.008
- Terman, L. M., & Miles, C. C. (1936). Sex and personality: Studies in masculinity and femininity. *McGraw-Hill publications in psychology*. doi:10.1037/13514-000
- Triandis, H. C., & Suh, E. M. (2002). Cultural influences on personality. *Annual Review of Psychology*, 53, 133–160. doi:10.1146/annurev.psych.53.100901.135200
- Valsiner, J. (2007). *Culture in minds and societies: Foundations of cultural psychology*. New Delhi: SAGE Publications India. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9788132108504.n1>
- Yan, M. (2017). Comparing the readability levels of a source text and its back-translations. *UNNES International Conference On ELTLT*, 0(0), 947-953.
doi:10.15294/elslt.v0i0.215
- Zane, N., & Mak, W. (2003). Major approaches to the measurement of acculturation among ethnic minority populations: A content analysis and an alternative empirical strategy. I K. M. Chun, P. Balls Organista, & G. Marín (Red.), *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research* (s. 39-60). Washington, DC, US: American Psychological Association. doi:10.1037/10472-005

Bilaga 1

Enkätundersökning vid Lunds Universitet 2018

Välkommen till vår enkät. Vi är två studenter (Johanna och Niklas) från Lunds Universitet som skriver kandidatuppsats i psykologi. Studien syftar till att undersöka svenska medborgares yrkesmål och erfarenhet av att arbeta i andra länder, med särskilt fokus på Storbritannien. Din medverkan i enkäten är frivillig och du kan avbryta när du vill. Deltagarna är helt anonyma och inga uppgifter kan spåras till dig som person. Du måste vara över 18 år gammal och svensk medborgare för att kunna delta i studien. Genomförandet av enkäten tar mellan 2-4 minuter. Om du har några frågor om enkäten, vår studie eller resultatet, vänligen kontakta oss på: sma14jte@student.lu.se

*Obligatorisk

Jag har tagit del av ovanstående information, är över 18 år, svensk medborgare och samtycker till att delta i studien: *

Ja

Vad är ditt kön? *

- Man
- Kvinna
- Annat/Vill ej svara

Vad är din nuvarande sysselsättning? *

- Arbetande
- Studerande
- Övrigt: _____

Hur gammal är du? *

Ditt svar _____

Arbetar du eller har du arbetat i Storbritannien? *

- Ja
- Nej

NÄSTA

Bilaga 1 fortsättning**Items inriktade på Communion:**

Arbeta med människor
Bry mig om andra
Ha nära förtroliga relationer
Ta hand om andra
Känna sammankoppling med andra
Göra gott för samhället
Tillfredsställa mitt behov av andlighet
Vara osjälvisk
Hjälpa andra
Göra gott för mänskligheten

Items inriktade på Agency:

Nå goda prestationer
Få framgång
Få status
Få hög lön
Få makt
Framhäva mig själv
Vara självständig
Se till mina behov som individ
Visa min förmåga
Tävla
Styra mig själv
Visa skicklighet
Fokusera på mig själv
Få erkännande