



Handelshøyskolen BI - campus Bergen

BTH 14111

Bacheloroppgave - Human Resource
Management

Bacheloroppgave

Sosial ønskverdighet innenfor arbeidsmotivasjon

Navn: Marie Aasrud Hansson, Anniken
Braathen

Utlevering: 11.01.2021 09.00

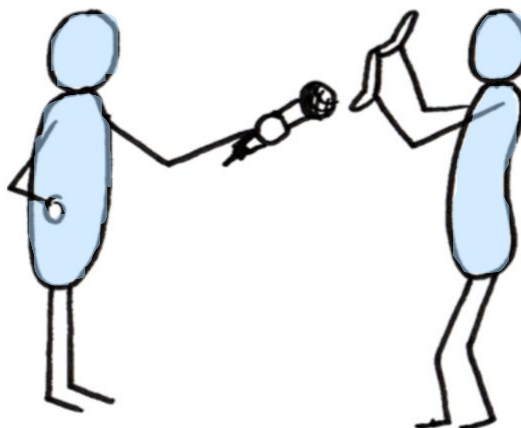
Innlevering: 02.06.2021 16.00

Sosial ønskverdighet innenfor arbeidsmotivasjon

“Foreligger det sosial ønskverdighet innen ulike typer motivasjon, og vil jobbsøkere som avslører ulike typer motivasjon fremstå som mer eller mindre attraktive?”

In a survey would you answer in accordance with social desirability?

For god's sake!
Absolutely not!



Bacheloroppgave

BTH1411 Human Resource Management

Handelshøyskolen BI

Vår 2021 Bergen

Denne oppgaven er gjennomført som en del av studiet ved Handelshøyskolen BI. Dette innebærer ikke at Handelshøyskolen BI går god for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet, eller de konklusjoner som er trukket.

Antall ord: 14519

Sammendrag

Hensikten med denne oppgaven er å undersøke om det foreligger sosial ønskverdighet innenfor ulike typer motivasjon, og om jobbsøkere som avslører ulike typer motivasjon fremstår som mer eller mindre attraktive. Oppgaven er gjennomført som et eksperiment, hvor totalt 215 respondenter ble delt inn i tre grupper. Først ønsket vi å måle respondentenes indre, ytre og prososiale motivasjon. Videre ble hver gruppe presentert for en hypotetisk forsker innen geologi som hadde ulik type arbeidsmotivasjon. Forskeren kunne enten være indre, ytre eller prososialt motivert i sitt arbeid som geolog. Til slutt ble respondentene bedt om å ta stilling til om de ville ansatt forskeren og hvor mye av de ulike typene motivasjon en forsker ideelt sett burde ha.

Oppgaven inneholder videre en gjennomgang av teori relatert til ulike typer motivasjon, arbeidsmotivasjon, sosial ønskverdighet og Chip Heath sin teori om “The extrinsic incentive bias”. For å besvare problemstillingen ble det fremsatt to hypoteser. Hypotesene ble brukt i en post hoc-test for å sammenligne relevante mellomgruppeskjeller. I tillegg gjennomførte vi en korrelasjonsanalyse for å undersøke interne sammenhenger mellom variablene.

Resultatene fra studien viser at respondentene helst vil ansette en indre motivert geolog, deretter en prososial motivert geolog og minst en ytre motivert geolog. Dette tyder på at det kan være en sosial ønskverdighetsdimensjon. Det viste seg også i korrelasjonsmatrisen at respondentene selvrapporterte seg selv høyest på indre motivasjon, av de tre motivasjonstypene. Dette støtter teorien om sosial ønskverdighet, at man ønsker å fremstille seg selv på en sosial fordelaktig måte.

Forord

Denne oppgaven markerer slutten på vårt treårige bachelorstudium, med fordypning i Human Resource Management, ved Handelshøyskolen BI i Bergen. Det har vært et lærerikt og interessant semester. Vi har lært betydningen av et godt samarbeid for å få til et vellykket resultat, spesielt da dette semesteret også har vært preget av koronapandemien.

Vi ønsker først å takke vår veileder Mads Nordmo Arnestad for all god hjelp, veiledning og innspill underveis i oppgaveskrivingen. Vi startet å samle inn data allerede høsten 2020 og vi er glade vi satte i gang tidlig med oppgaven ettersom det har vært en tidkrevende, men samtidig veldig interessant prosess. Vi håper oppgaven kan bidra til interessant lesing og øke bevisstheten, samt kunnskapen om temaet.

I tillegg ønsker vi å takke venner og familie som har bidratt med svar og videre spredning av vår spørreundersøkelse. Uten våre respondenter hadde ikke denne oppgaven blitt til. Vi ønsker også å takke våre forelesere i kurset HRM som har gitt oss kunnskap før oppgaven. Til slutt vil vi takke de ansatte ved Biblioteket på BI for hjelp med å finne troverdige kilder.

Bergen 30.05.2021

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	i
Forord	ii
1.0 Introduksjon	1
1.1 Problemstilling	3
1.1.2 Avgrensning.....	3
1.2 Disposisjon	4
2.0 Teori	4
2.1 Motivasjon	4
2.2 Ytre motivasjon.....	6
2.3 Prososial motivasjon	8
2.4 Indre motivasjon.....	9
2.5 Selvbestemmelsesteorien	11
2.6 Arbeidsmotivasjon.....	12
2.7 Motivasjon hos en geolog.....	13
2.8 “The extrinsic incentive bias” - av Chip Heath.....	14
2.9 Sosial ønskerdighet.....	16
2.10 Hypoteser.....	18
3. Metode	18
3.1 Kvantitativ metode.....	19
3.2 Undersøkellesdesign	20
3.3 Rekruttering og utvalg.....	20
3.4 Eksperiment design.....	21
3.5 Utfallsmål	23
3.6 Cronbachs alfa.....	26
4.0 Resultater	27
4.1 Om utvalget	28
4.2 Deskriptive data.....	28
4.3 Korrelasjonsanalyse - Sammenheng mellom variablene	30

4.4 Test av mellomgruppeskjeller	33
5.0 Diskusjon.....	34
5.1 Oppsummering av hovedfunn.....	34
5.2 Teoretiske implikasjoner	35
5.3 Praktiske implikasjoner	36
5.4 Begrensninger	37
5.5 Anbefaling til videre forskning.....	38
6.0 Konklusjon.....	39
Referanser:.....	40

I 1999 kom den amerikanske akademikeren, Chip Heath, med teorien “The extrinsic incentive bias”. Teorien går ut på at man har en tendens til å tro at andre er mer motiverte enn seg selv av ytre insentiver (som lønn og jobbsikkerhet) og mindre motiverte av indre insentiver (som å lære nye ting og mestring) (Heath 1999, s. 25). Ideen om å være “selvopphøyende” kan være med på å forklare flere attribusjonsforstyrrelser hvor vi tillegger positive egenskaper til vår egen karakter og negative egenskaper til en annen person. Den grunnleggende attribusjonsfeilen går ut på at man tillegger atferd til personlighetsbaserte årsaker for andre, og situasjonsbaserte faktorer for oss selv. Kjernen i disse skjevhetene er de sosiale sammenligningene hvor man setter seg selv i et bedre lys enn sine kolleger. Årsaken til at vi gjør denne feilen, ifølge Heath, er fordi vi ikke kan se andres indre motiver, kun deres ytre motiver. Dermed vil man lettere bedømme andre på grunnlag av kun deres ytre insentiver (Heath, 1999, s. 27).

Vår oppgave presenterer en alternativ forklaring til Heath sin teori. Feilen man gjør går ikke ut på at man bedømmer andre feil, men at vi bedømmer oss selv feil. Det er mulig at vi selvrappporterer for å fremstille oss selv så positivt som mulig, både for oss selv (selvbedrag), men også overfor andre (inntrykksmanipulering) (Paulhus, 1991). Denne forklaringen kalles sosial ønskverdighet, og er teorien vi har testet i vår oppgave. Vi vil undersøke om det finnes en sosial ønskverdighetsdimensjon innenfor de ulike typene motivasjon; indre, ytre og prososial. Videre ønsker vi å teste om jobbsøkere som avslører ulike typer motivasjon fremstår som mer eller mindre attraktive. For å oppnå dette har vi gjennomført et eksperiment med tre ulike manipulasjoner med to tilknyttede hypoteser. Resultatene av eksperimentet vil bli representert i oppgaven ved hjelp av relevant teori.

Forskere og psykologer har lenge vært interessert i menneskers følelser, tanker og atferd. De har ofte stolt på selvrappporter for å samle inn informasjon til studier. Man antar at respondentene vil svare ærlig, men forskere anerkjenner at enkeltpersoner kan fordreie svarene sine. Dette er tendensen sosial ønskverdighet. Sosial ønskverdighet anses å være en av de mest vanlige og gjennomgripende kildene til skjevhet som påvirker gyldigheten av eksperimentelle- og

undersøkelserresultater innen psykologi og samfunnsvitenskap (Nederhof, 1985; Paulhus, 1991; Peltier & Walsh, 1990). Marlowe-Crowne Social Desirability Scale er en av skalaene utviklet for å avdekke om respondenter har en tendens til å svare på en sosial fordelaktig måte (Beretvas, Meyers & Leite, 2002). Sosial ønskverdighet går videre ut på å presentere seg selv i henhold til hva respondenten mener er sosialt akseptabel atferd og ikke selvrapportere ufordelaktig informasjon. Med andre ord svarer deltakerne på måter som får dem selv til å se bra ut i andres øyne (Paulhus 1991). Hva som oppleves som sosial ønskverdig reflekteres av kulturelt betingete verdier (Sandal & Endresen, 2002). Det er derfor viktig at man tilpasser testen til kulturen den skal brukes i.

Paulhus (1991) skiller mellom to former for sosial ønskverdighet; inntrykksmanipulering og selvbedrag. Selvbedrag refererer til den naturlige tendensen til å se seg selv gunstig og oppgi unøyaktig informasjon om seg selv, men mene at det er riktig. Inntrykksmanipulering dreier seg om det situasjonsavhengige ønsket om å presentere seg selv gunstig. Man forvrenger svarene sine med vilje for å fremstå bedre enn hva man egentlig er. Dette kan ses i form av falske rapporter og bevisst feilaktige svar på spørreundersøkelser. Inntrykksmanipulering oppstår ofte i sammenheng med jobbintervjuer. Jobbsøkere presenterer seg selv bevisst på en spesifikk måte for å virke best egnet til jobben (Paulhus, 1991).

En vanlig måte å sjekke validiteten for skalaer med sosial ønskverdighet på har vært å se om personer som selvrapporterer i forbindelse med ansettelser skårer høyere enn de som er i en nøytral posisjon. Man antar for eksempel at jobbsøkere vil gi en mer positiv selvrepresentasjon av seg selv i rekrutteringsprosesser. En studie viste nettopp dette, at personer i en seleksjonssituasjon hadde høyere skår på sosial ønskverdighet sammenlignet med et utvalg studenter (Gravdal & Widing, 2003).

Innenfor motivasjon finnes det tre typer, indre, ytre og prososial motivasjon (Batson, 1987; Ryan og Deci, 2000). Indre motivasjon er mer effektivt enn ytre motivasjon når det kommer til oppgaver eller jobber hvor kvalitet, forståelse, læring og kreativitet er viktigere enn kvantitet av arbeidsoppgavene (Matthiesen,

2015). Studier konkluderer med at det er mer sannsynlig at ansatte liker jobben sin dersom de setter søkelyset på selve arbeidet. Samtidig er det mindre sannsynlig at de liker jobben sin, hvis de har de ytre belønningene i fokus (Cho & Perry, 2012). Med dette kan man anta at arbeidsgiver helst ønsker å ansette indre motiverte arbeidstakere fordi de vil være mer engasjerte og trives i jobben sin. Dermed kan det lønne seg for arbeidstakere å fremstille seg som indre motivert, selv om de kanskje er mer opptatt av ytre insentiver som lønn og bonuser enn de vil innrømme. Dette kan gi en uærlig selvpresentasjon og er en tendens av sosial ønskverdighet.

1.1 Problemstilling

Med motivasjon og sosial ønskverdighet som primærfokus, utarbeidet vi problemstillingen hvor vi ønsket å knytte sosial ønskverdighet opp mot de ulike formene for motivasjon, indre, ytre og prososial motivasjon. Vi ville å se om det var en sosial ønskverdighetsdimensjon knyttet til hvordan man selvrapporterer og hva man vektlegger av motivasjon i en ansettelsesprosess.

Problemstillingen forteller hva vi ønsker å undersøke i denne oppgaven og avgrensner valg av design- og forskningsmetode. Vår problemstilling er følgende:

“Foreligger det sosial ønskverdighet innen ulike typer motivasjon, og vil jobbsøkere som avslører ulike typer motivasjon fremstå som mer eller mindre attraktive?”

1.1.2 Avgrensning

Motivasjon er et begrep som berører mange områder og brukes i flere ulike situasjoner. Vi har valgt å avgrense oppgaven til å omhandle oppfatninger av motivasjon når det kommer til jobb og ansettelser. Videre når det kommer til sosial ønskverdighet ønsker vi å vurdere det i henhold til selvrapportering om motivasjon og om det finnes en sosial ønskverdighetsdimensjon når det kommer til motivasjonen hos en jobbsøker.

1.2 Disposisjon

Oppgaven vår består av seks deler. Først tar vi for oss teori som omhandler temaet for oppgaven og teori direkte knyttet opp mot problemstillingen. Deretter følger forskningsprosessen hvor det blir gjennomgått metode, forskningsdesign og datainnsamling. Dette danner grunnlaget for resultatdelen hvor det er analyser av oppgavens funn. På bakgrunn av funn i analysene skal vi svare på to relevante hypoteser, deretter følger en diskusjonsdel med refleksjoner og anbefaling til videre forskning. Oppgaven avsluttes med en konklusjon, teoretiske implikasjoner, praktiske implikasjoner og anbefaling til videre forskning.

2.0 Teori

2.1 Motivasjon

Motivasjon er et grunnleggende emne innen psykologi og organisasjonsstudier, et emne som beskriver årsakene som driver en handling. Forståelsen av motivasjon er sentralt for å forklare individuell og organisatorisk atferd (Mitchell & Daniels, 2003).

Litteraturen om motivasjon er bredt og O'Reilly (1991) sa i sin årlige gjennomgangsartikkel at motivasjon er "det mest undersøkte emnet i mikro organisasjonsatferd". Pinders (1998) innledende forklaring på motivasjon er "energien en person bruker i forhold til arbeid", mens Dowling og Sayles (1978) hevder at motivasjon betyr «et indre ønske om å gjøre en innsats». Ryan og Deci sin generelle definisjon av motivasjon er "to be motivated means to be moved to do something" eller på norsk "å være motivert betyr å bli beveget til å gjøre noe" (Ryan og Deci, 2000, s. 54). Motivasjon er drivkraften som får oss til å utføre bestemte handlinger og aktiviteter. I arbeidssammenheng har motivasjon betydning for arbeidstakernes arbeidsmiljø, resultater, produktivitet og innsats. I motivasjonsforskning skiller det mellom indre motivasjon, ytre motivasjon og prososial motivasjon (Batson 1987; Deci & Ryan, 1985).

Motivasjonsteoriene fokuserte historisk sett på en ytre form for motivasjon som ble betinget av ytre faktorer. På 1960-tallet endret dette seg ved at forskere begynte å betrakte motivasjon som noe som oppstod og vedvarte selv ved fravær

av ytre faktorer. Dette medførte en utvidelse av den klassiske ytre motivasjonsmodellen med en indre motivasjon, hvor motivasjon er utledet fra individet selv (Lepper, Sethi, Dialdin, & Drake, 1997). Med dette begynte man å skille mellom indre og ytre motivasjon.

I tillegg til å forklare vår atferd, forklarer motivasjon også systematisk unngåelse av bestemte aktiviteter (Skaalvik & Skaalvik, 2005). Har du tidligere mislykkes vil trolig motivasjonen din svekkes ovenfor lignende oppgaver (Bandura, 1997). Systematisk unngåelse kan da forekomme, og man kan ofte oppfatte personen som umotivert. Mennesket kan i ulik grad være umotivert eller motivert. Motiverte personer kan kjennetegnes ved sin aktive energi som rettes mot en bestemt handling (Ryan & Deci, 2000). Manglende inspirasjon og drivkraft kan karakterisere en umotivert person. Denne forskjellen viser det faktum at motivasjon er et fenomen som varierer i mengde; fra ingen eller lite motivasjon, til mye motivasjon. De aller fleste motivasjonsteorier anser motivasjon som et slikt enhetlig fenomen.

Edward Deci har fremsatt sin definisjon på motivasjon som et utspring fra Hunt, Maslow og DeCharms. Behovet hos et individ om å føle seg kompetent og selvbestemmende motiverer til to generelle måter å opptre på. Den første inkluderer atferd som søker ut situasjoner som gir en fornuftig utfordring for individet. Om individet kjeder seg, vil han/hun søke en mulighet til å bruke denne kreativiteten og ressursen. Hvis individet blir overstimulert og derfor redd, vil han/hun søke en annen situasjon som gir en utfordring han/hun kan takle, jfr. ovenfor (Deci, 1975). Med andre ord leder denne motivasjonsmekanismen mennesker til situasjoner som vil gi dem en optimal bruk av sine muligheter enten det gjelder unnvikelsesstrategi eller når det gjelder tilnæringsstrategi. Den andre måten atferd for kompetanse og selvbestemmelse vises; inkluderer atferd som har til hensikt å overvinne utfordrende situasjoner. Det går ut på å redusere usikkerhet, dissonans eller uoverensstemmelser når individet møter eller skaper situasjoner. Deci (2002) foreslår derfor følgende teori; At opplevelsen av å være kompetent og selvbestemmende motiverer til to slags atferd: 1. atferd som søker optimal utfordring og 2. atferd som søker å overvinne utfordring. Et menneske som ikke får stimulans, vil søke det. Han/hun vil føle seg selvbestemmende og

kompetent, og vil derfor hele tiden søke å gjenopprette følelsen av selvbestemmelse og kompetanse (Deci & Ryan, 2002).

2.2 Ytre motivasjon

Ytre motivasjon vil si at en aktivitet utføres for å oppnå et spesifikt resultat (Ryan & Deci, 2000, s. 60). Ved ytre motivasjon ligger kilden til motivasjon utenfor utførelsen av jobbaktiviteten, og er i stedet knyttet til konsekvenser av den, ofte for å oppnå goder og fordeler. Her snakker vi om belønninger i tradisjonell forstand som for eksempel lønn, frynsegoder, bonus eller andre former for utfallsavhengig belønning. I jobbsammenheng vil det si at man er mer knyttet til resultatene fra jobbaktiviteten (Kaufmann & Kaufmann, 2003).

Det er ikke alltid at all aktivitet ved en arbeidsplass er indre motiverende for de ansatte. Deler av arbeidet kan bestå av arbeidsoppgaver som fremstår kjedelig eller utøves med aversjon (Sheldon et al., 2003). Enkelte arbeidstakere kan være i arbeidet kun for å tjene penger til det livet de ønsker å leve (Gagné & Deci 2005). Aktiviteter som ikke appellerer til en interesse om å utforske, kan hvile på premisser om en ytre drivkraft. Drivkraften er en instrumentell verdi og betegnes som ytre motivasjon. (Ryan & Deci, 2000b).

I selvbestemmelsesteorien finnes det en underteori med navnet "Organismisk integreringsteori". Denne teorien beskriver hvordan ytre motivasjon reguleres av individet (Deci og Ryan, 2000). Her deles ytre motivasjon inn i fire kategorier, eksternt regulert-, introjisert-, identifisert- og integrert motivasjon:

Eksternt regulert motivasjon

Eksternt regulert motivasjon innebærer at man ikke er selvbestemmende og er den minst selvbestemmende typen motivasjon innenfor ytre motivasjon. Handlingene innenfor denne motivasjonen handler om å motta en form for belønning, og har behavioristiske metoder. Eksternt regulert motivasjonen innebærer at ved å gjøre en bestemt handling forventes en konsekvens når handlingen er utført. Disse positive eller negative konsekvensene er det noe utenfor oss selv som har makt over. Det kan dreie seg om noe vi streber mot eller noe vi prøver å unngå

(Vallarand & Ratelle, 2002). DeCharms foreslo i 1968 at ytre belønninger fører til at en person mister følelsen av at den selv er årsak til resultatet. Personen blir en brikke som det skjer ting med i stedet for at personen selv er den direkte årsaken til resultatene (Deci & Ryan, 2002; Rand, 1991; Deci 1975).

Introjisert motivasjon

Den introjiserte motivasjonen vil si at motivasjonen er internalisert og kontrollen forekommer innenfor individet (Deci et al., 1996), i motsetning til eksternal regulert motivasjon hvor presset kommer fra ytre kilder (Deci & Vanstennkiste, 2004). Graden av selvregulering er moderat lav, og reguleres av følelsen av å burde gjøre noe (Deci et al., 1996). Dette kan skyldes at internaliseringen av verdiene ikke er bearbeidet, identifisert eller akseptert som sitt eget (Deci et al., 1994; Koestner & Losier, 2002) og er ikke en del av det integrerte selvet.

Identifisert motivasjon

Denne motivasjonen er en internalisert årsakssammenheng for mennesket. Med dette menes det at atferden er regulert gjennom identifikasjon med aktiviteten og personen blir definert til å være svært selvbestemmende. Et eksempel er en elev som står opp tidligere for å lese til en prøve fordi eleven føler at det er av personlig betydning, men selv om identifikasjonen innebærer valg, er identifikasjonen ikke nødvendigvis samsvarende med selvstrukturer (Vallerand & Ratelle, 2002).

Integrert motivasjon

Denne formen for motivasjon er den mest selvbestemmende av de fire definisjonene på ytre motivasjon (Vallerand & Ratelle, 2002). Begrepet integritet kan relateres til at man gjør oppgaver ut fra sine hensikter og vurderinger. Ærlighet og ekthet er begreper og ord som henspiller på integritet. Årsaken til atferden er ikke ytre eller indre pisking, men heller viktige moralske vurderinger og hensikter.

2.3 Prososial motivasjon

Prososial motivasjon går ut på at man hjelper noen andre og ikke forventer å få noe igjen for det (Batson, 1987). I Jobbsammenheng er det atferd som utvises på grunn av en lidenskap eller ønske om å være i tråd med organisasjonens normer eller verdier, spesielt som et resultat av at den ansatte identifiserer seg med organisasjonen (Arnold et al., 2020). Man ønsker å ha en positiv innvirkning på andre mennesker eller grupper (Batson, 1987; Grant, 2007). Forskning på prososial arbeidsmotivasjon belyser hvorfor og hvordan ansattes tanker, følelser og handlinger drives av en bekymring for å komme andre til gode. En rekke studier som bruker forskjellige tiltak relatert til prososial motivasjon antyder at prososial motivasjon er assosiert med høyere nivåer av utholdenhet, ytelse og produktivitet på tvers av forskjellige arbeidsoppgaver og jobber (Bing & Burroughs, 2001; Brewer & Selden, 1998; Grant et al., 2007; Korsgaard, Meglino, & Lester, 1997; Naff & Crum, 1999; Rioux & Penner, 2001).

Nyere forskning viser at det kan føre til at ansatte tar mer initiativ, hjelper andre (De Dreu & Nauta, 2009) og godtar negativ tilbakemelding. Samt kan det gjøre det mulig for ansatte å få mer heder og ros for proaktiv oppførsel som å hjelpe andre og ta ansvar (Grant, Parker, & Collins, 2009). Prososial motivasjon kan også bidra til høyere indre jobbmotivasjon, mer initiativ, høyere ytelse og ansvarsfølelse på arbeidsplassen (Grant, 2011; Grant, 2012; De Dreu & Nauta, 2009; Thompson & Bunderson, 2003).

Det finnes fire former for prososial motivasjon - egoisme, altruisme, kollektivism og prinsippisme (Shah et al., 2007):

Egoisme

Egoisme går ut på å gagne en annen person som et middel for så at det skal gange seg selv. Dersom det er mange fordeler ved å hjelpe noen andre kan det være motiverende. Eksempler på fordeler ved å hjelpe noen andre kan være gaver, betaling, ros og ære (Shah et al., 2007, s. 137-140).

Altruisme

Altruisme går ut på å dra nytte av en annen som et endelig mål. Det er mulig at en person kan ha en annen persons velferd som et endelig mål, i stedet for å nå det

endelige målet for en eller annen form for egenfordel (Shah et al., 2007, s. 140-141).

Kollektivism

Kollektivism er motivasjon til fordel for en gruppe som helhet. Det endelige målet er ikke å øke sin egen velferd eller velferden til noen spesifikke personer, men å øke gruppens velferd (Shah et al., 2007, s. 143-144).

Prinsippisme

Prinsippisme går ut på å dra fordel av noen andre for å opprettholde et moralsk prinsipp. Fordelene ved å opprettholde et moralsk prinsipp er iøynefallende. Man kan få sosiale og selvutmerkede priser ved å bli sett og se seg selv som en god person. I tillegg unngår man skam og skyld dersom man ikke gjør det rette. (Shah et al., 2007, s. 144-145)

2.4 Indre motivasjon

Indre motivasjon blir definert av Deci og Ryan som en iboende kraft individer har som handler på bakgrunn av en genuin egeninteresse (Deci & Ryan, 1992). De siste årene har det vært flere viktige bidrag for å beskrive og definere indre motivasjon (f.eks. Bandura, 1986; Bryman, 1996; Csikszentmihalyi and Nakamura, 1989; Deci, 1975; Deci and Ryan, 1985a; Hackman and Oldham, 1976; Lepper and Greene, 1978). Vi har valgt å fokusere på selvbestemmelsesteorien i denne oppgaven.

Atferden er basert på en indre belønning slik som personlig tilfredsstillelse, interesse, glede eller positiv mening knyttet til de oppgavene som gjennomføres. De påpeker at den indre motivasjonen oppstår når selvbestemmelse, kompetanse og tilhørighet er oppfylt. Man kan si at en oppgave er indre motiverende når den i seg selv er en belønning (Deci & Ryan, 1992; Dysvik, 2013; Deci et al., 1989; Vallerand, 1997). I jobbsammenheng vil et eksempel være at man synes en arbeidsoppgave er så interessant å jobbe med at det ikke føles som en jobb fordi man kjenner på høy mestringsfølelse. Dette forsterkes ytterligere hvis det er en

frihet i fremgangsmåten, oppgaven er passe utfordrende og at man bidrar til et større fellesskap (Arnold et al., 2020, s 267).

Indre motivasjon blir sterkere av tilhørighet ettersom mennesker har et iboende grunnleggende emosjonelt behov for å knytte seg til andre mennesker (Ryan & Deci, 2000). Motivasjonen oppstår når tre grunnleggende menneskelige behov oppfylles; behovet for autonomi (selvbestemmelse), kompetanse og tilhørighet (Ryan & Deci, 2000).

Innenfor indre motivasjon finnes tre muligheter:

Å ønske kjennskap

Dette innebærer at man føler glede og tilfredsstillelse ved selve læringen, utforskning og å forstå.

Å fullføre

Dette innebærer at man ønsker å fullføre noe fordi man føler glede og tilfredsstillelse ved å overgå seg selv.

Å oppleve stimulering

Dette innebærer at det stimuleres og assosieres en følelse av sensasjon ved handlingen (Vallerand & Ratelle, 2002).

Kognitiv evalueringsteori er en av mikroteoriene innenfor selvbestemmelsesteorien som hovedsakelig omhandler menneskets indre motivasjon (Deci & Ryan, 2000). Indre motivasjon kan gjenspeile ens naturlige initiativtaking ved en handling og det blir definert slik: “[...] the inherent tendency to seek out novelty and challenges, to extend and exercise one’s capacities, to explore, and to learn” (Ryan & Deci, 2000b, s.70). Denne lysten til å utforske sine egne grenser hviler på en spontan opplevelse av iboende tilfredshet av en ren interesse, glede og begeistring (Deci et al., 1996). Indre motivasjon uttrykker altså ens frivillighet i en aktivitet som følge av tilfredsstillelsen av selve aktiviteten (Deci & Ryan, 2002). Av den grunn kan indre motivasjon ligge til grunn for individets læring, samt kognitive, sosiale (Deci & Vansteenkiste, 2004) og fysiske utvikling (Ryan & Deci, 2000b).

Kognitiv evalueringsteori hevder videre at faktorer fra det sosiale klimaet kan påvirke den indre motivasjonen, da det gjerne er i dette møtet nysgjerrigheten uttrykkes gjennom etterstrebelser av mestring (Deci et al., 1996). Valgmuligheter, empati, positive tilbakemeldinger og ikke-kontrollerende handlinger kan vedlikeholde eller fremme den indre motivasjonen. I motsetning kan negativ tilbakemelding, tidsfrister, trusler om straff, konkurranse og evaluering undergrave den indre motivasjonen (Ryan & Deci, 2002). Forskjellen ligger i hvordan individet opplever at handlingen er viljebestemt eller ytre kontrollert (Ryan & Deci, 2000b).

2.5 Selvbestemmelsesteorien

Selvbestemmelsesteorien er en behovsteori av Deci og Ryan fra 1985. De mener det finnes to ulike typer motivasjon; indre og ytre motivasjon. Det er et bredt rammeverk for å forstå faktorer som letter eller undergraver indre og ytre motivasjon (Ryan & Deci, 1985). Selvbestemmelsesteorien går ut på at vår atferd styres av et ønske om å dekke udekte behov. Den skiller seg fra Maslows behovshierarki fordi den bygger på et ønske om å dekke tre indre psykologiske behov; selvbestemmelse, kompetanse og tilhørighet (Grouzet et al., 2004). Forskning viser at disse behovene er de viktigste for å oppnå en indre motivasjon. Dersom disse tre behovene er tilfredsstilt blir man som person mer motivert, produktiv og fornøyd. I tillegg øker den vår kreativitet, forbedrer våre prestasjoner, og gjør oss mer fornøyde med ledere og kolleger. Dette er forhold enhver arbeidsgiver ønsker å oppnå for sine ansatte (Ryan, Deci, & Hoefen, 2017).

Selvbestemmelse

Selvbestemmelse innebærer autonomi og muligheten til å påvirke avgjørelsene som gjøres på vegne av seg selv. Behovet blir tilfredsstilt gjennom beslutningsmyndighet og involvering. Selvbestemmelsesteorien sier at man blir mer motivert til å jobbe når man er involvert og man føler på forpliktelse. Man er engasjert på grunn av høy grad av egenkontroll og medbestemmelse. Selvbestemmelse vil si å ha kontroll over omgivelsene og ha følelsen av å kunne

bestemme og velge selv. I jobbsammenheng er det viktig at medarbeidere kan komme med sine synspunkter, oppfordres til initiativ og at de får gode tilbakemeldinger (Ryan & Deci, 2000).

Kompetanse

Kompetanse går ut på at man føler man har kompetansen som kreves og troen på at man kan utføre jobben riktig. Dette vil føre til en følelse av mestring og medarbeidere blir motivert når de blir oppfordret til å bruke egne ferdigheter og kompetanse i jobben. Dersom man i tillegg får positive tilbakemeldinger vil kompetanse og mestringsfølelse øke og dette vil igjen styrke den indre motivasjonen (Ryan & Deci, 2000).

Tilhørighet

Tilhørighet handler om følelsen av å være en del av en større sammenheng eller fellesskap. Man føler seg trygg og føler på at flere drar lasset sammen (Gagné & Deci, 2005). Videre går det ut på at man blir motivert når man får ansvar og tilhører samme fellesskap som ønsker å nå de samme målene. På en arbeidsplass er det for eksempel viktig å føle seg lyttet til, respektert og at man passer inn i det sosiale miljøet (Ryan & Deci, 2000).

2.6 Arbeidsmotivasjon

I arbeidslivet er motivasjon viktig, enten man skal lede, bli ledet av andre eller lede seg selv (Clegg, Kornberger & Pitsis, 2011). Motivasjon på arbeidsplassen kan beskrives som en psykologisk prosess hvor man hjelper arbeidere å opprettholde handling til å utføre arbeid, oppgaver eller prosjekter (Grant & Shin, 2012). Indre og ytre motivasjon har forskjellig innvirkning i arbeidslivet.

Edward Deci med kolleger undersøker i sin metaanalyse effekten av indre motivasjon ved ytre belønninger. Resultatet av analysen er tydelig. Effekten er spesielt sterk når arbeidsoppgavene var interessante eller morsomme, kontra meningsløse og kjedelige. For hver standardavviksøkning i belønning, reduserer den indre motivasjonen for interessante oppgaver seg med 25%. Når respondentene vet hvor mye belønning de vil motta, reduseres den indre motivasjonen med 36%. De konkluderer dermed med at strategier som setter

søkelyset på bruken av ytre belønninger, kan redusere den indre motivasjonen, fremfor å fremme den (Deci, Ryan & Koestner, 1999).

En nyere studie av Yoon Jik Cho og James Perry gikk ut på å analysere 200.000 ansatte i offentlig sektor i USA. Resultatene viser at engasjementnivået knyttet til indre motivasjon, var tre ganger sterkere enn engasjementnivået til ytre motivasjon. Likevel hadde begge en tendens til å overveie hverandre. Den indre motivasjonen hos en ansatt hadde positiv effekt på engasjementnivået når interessen for ytre belønning var lav. Når ansatte hadde ytre belønninger i fokus, ble effekten av indre motivasjon på engasjementnivå redusert. Studien konkluderer med at det er mer sannsynlig at ansatte liker jobben sin dersom de setter søkelyset på selve arbeidet. Samtidig er det mindre sannsynlig at de liker jobben sin, hvis de har de ytre belønningene i fokus (Cho & Perry, 2012).

Indre motivasjon er en god kilde til prestasjoner og et utviklende arbeidsmiljø. Den er mer effektiv enn ytre motivasjon når det kommer til oppgaver eller jobber hvor kvalitet, forståelse, læring og kreativitet er viktigere enn kvantitet (Matthiesen, 2015). Den norske arbeidsplassen kjennetegnes av medarbeidere med høy utdanning og stadig flere organisasjoner karakteriseres som kunnskapsintensive. «Hvor dyktige organisasjonene er til å “trigge” indre motivasjon blant sine arbeidstakere vil utvilsomt være en viktig konkurransefaktor i arbeidsmarkedet fremover» (Matthiesen, 2015).

2.7 Motivasjon hos en geolog

Kunnskapsarbeid defineres på forskjellige måter, men et fellestrekk ved flere er at oppgavene ikke baserer seg på rutiner eller standardiserte løsninger (Kvande og Rasmussen, 2007; Irgens og Wennes, 2011). Videre kjennetegnes det av kompetanse, hvor ekspertisen, kreativiteten og kunnskapen er avgjørende for løsningen (Zack, 1999; Alvesson, 2004; Kvande & Rasmussen, 2007; Irgens & Wennes, 2011). Drucker (1999) definerer kunnskapsarbeid som arbeid hvor oppgaven ikke programmerer arbeideren, og lister opp en rekke eksempler på kunnskapsarbeider, deriblant geologer. En fellesnevner for definisjoner på kunnskapsarbeidere er at de jobber mer selvstendig enn tradisjonelle arbeidere og at arbeidshverdagen preges av autonomi (Drucker, 1996; Newell *et al.*, 2009). Det

hevdes i tillegg at kunnskapsarbeidere drives av en sterk indre motivasjon (Newell et al., 2009). Derfor antar vi at geologer stort sett er mest indre motiverte i sitt arbeid ettersom dette kvalifiserer som et kunnskapsintensivt yrke.

2.8 “The extrinsic incentive bias” - av Chip Heath

Flere studier har vist at våre «lekmannsteorier» om menneskelig motivasjon innebærer at vi forklarer vår egen motivasjon med motiver som for eksempel at jobben er spennende, interessant og meningsfull, mens vi tror at andre trenger ytre stimulans, som for eksempel belønninger, for å gjøre den samme jobben. Heath (1999) forklarer at vi undervurderer betydningen av andre personers indre motiver som for eksempel det å lære noe nytt eller den indre følelsen av tilfredshet ved å gjøre en god jobb. Vi kan «kjenne på» og forstår våre egne indre motiver mens andres indre motiver er skjult for oss. Vi har kun informasjon om de ytre rammebetingelsene for andres jobbinnsats og det blir derfor både enkelt og naturlig å forklare andres atferd basert på de ytre faktorene. Denne forklaringen kaller Heath en ytre insentiv-feil (extrinsic incentives bias) (Heath, 1999).

En teori er at vi uttrykker en generell tilbøyelighet til å opphøye vår egen karakter i forhold til andre når vi gjør årsakssammenhenger. Når det kommer til antakelser om pengeinsentiver, har pengedrevet oppførsel ofte en negativ konnotasjon. Mennesker tar derfor ofte avstand fra det, men er mer komfortable med å bruke den merkelappen på andre mennesker (Heath, 1999). Man antar for eksempel at bankfolk drives av penger og at politikere drives av makt. Hvis du derimot hadde spurt menneskene om deres motivasjon, ville nok svarene deres tegnet et annet bilde enn den ytre motivasjonen man antok at de hadde. Bankmannen kunne svart at han var fascinert av markedet og politikeren at hun ville gjøre en forskjell i samfunnet (Heath, 1999, s. 27-29).

Ideen om å være selvopphøyende kan være med på å forklare flere attribusjonsforstyrrelser hvor vi tillegger positive egenskaper til vår egen karakter og negative egenskaper til en annen person. Den grunnleggende attribusjonsfeilen går ut på at man tillegger atferd til personlighetsbaserte årsaker for andre, og situasjonsbaserte faktorer for seg selv. Kjernen i disse skjevhetene er de sosiale

sammenligningene hvor man setter seg selv i et bedre lys enn sine kolleger. Et eksempel på dette kan være når man får en forfremmelse. Da vil man tenke at dette er på grunn av kompetansen vår. Hvis man derimot ikke får forfremmelsen, vil man tro at det er fordi lederen er urettferdig (Heath, 1999).

Heath utførte en studie hvor deltakerne fikk en liste over åtte forskjellige motivasjonsinsentiver (for eksempel lønn, jobbsikkerhet, lære nye ferdigheter). De åtte forskjellige insentivene var basert på et spørreskjema fra Nadler og Lawler (1989), hvor fire av spørsmålene var rettet mot indre motivasjon og fire rettet mot ytre motivasjon. De ble bedt om å rangere de åtte ulike motivasjonene for seg selv og deretter forutsi hvordan de åtte motivasjonene ville bli rangert av tre ulike målgrupper (klassekamerater, og ledere og ansatte i banken Citibank). Studiet ble utformet for å avgjøre om folk hadde en ytre insentiv skjevhet når de forutsa andres insentiver (Heath, 1999).

Deltakerne antok at de ansatte i Citibank ville hatt de ytre insentivene på de fire øverste plassene (lønn, sikkerhet, fordeler og ros), mens de ansatte førte bare opp en ytre motivasjon på sine topp fire. Kun 22% av deltakerne valgte en ytre insentiv på en av sine topp fire motivasjoner. Når de skulle vurdere sine klassekamerater plasserte de 32% ytre insentiver på topp fire. For ledere i Citibank var 54% ytre insentiver på topp fire og for ansatte i Citibank var det 85%. Resultatene viste at deltakerne viste en ytre insentiv skjevhet og de forutsa mindre nøyaktig på grunn av dette. Studien tilsier at deltakerne vurderer seg selv som mer indre motiverte og andre som mer ytre motiverte.

En pilotstudie ga videre noen bevis for at lekteorier faktisk påvirker hvordan folk vurderer insentivprogrammer. I denne studien konstruerte Heath et spesifikt insentivprogram for å appellere til hver av motivasjonene som ble utforsket i de tidligere studiene. Resultatene indikerte at de ytre insentivene endret hvordan folk vurderte insentivprogrammer. Deltakerne mente for eksempel at en lønnsøkning på 5% og en økning i jobbsikkerheten ville motivere hver målgruppe mye mer enn det ville motivere seg selv. I samsvar med mønsteret i de to første studiene trodde deltakerne at andre ville svare bedre på beskrivelser som fremhevet ytre aspekter

ved programmet, mens de hevdet at de ville svare bedre på beskrivelser som fremhevet indre aspekter (Heath, 1999).

2.9 Sosial ønskverdighet

Sosial ønskverdighet er en tendens til å svare i henhold til hva respondenten mener er sosialt akseptabel atferd, og ikke å rapportere ufordelaktig informasjon om seg selv (Grimm, 2010). For å se om respondenter har en tendens til å svare på en mer sosialt fordelaktig måte har det blitt utviklet flere skalaer av forskjellige forskere (Cofer, Chance & Judson, 1948; Edwards, 1957; Wiggins, 1959).

Skalaen som har fått mest aksept og er mest utbredt i psykologi og samfunnsvitenskap er den opprinnelige Marlowe-Crowne Social Desirability skalaen (Beretvas, Meyers & Leite, 2002). Denne skalaen måler inntryksmanipulering som går ut på at man fremstiller seg selv i et godt lys med en hensikt.

Kvalitative studier ved bruk av intervjueteknikker er underlagt sosial ønskverdighet. Paulhus (1991) mener sosial ønskverdighet reflekterer to former, inntryksmanipulering og selvbedrag. Selvbedrag refererer til den naturlige tendensen til å se seg selv gunstig. Personer oppgir unøyaktig informasjon om seg selv, men mener at den er riktig. Selvbedrag har vært knyttet til andre personlighetsfaktorer som angst, prestasjoner, motivasjon og selvtillit. Inntryksmanipulering refererer til det situasjonsavhengige ønsket om å presentere seg selv i et positivt lys. Personer forvrenger svarene sine med vilje for å fremstå bedre enn hva de egentlig er. Dette kan ses i form av falske rapporter og bevisst feilaktige svar på spørreundersøkelser. Et eksempel på inntryksmanipulering oppstår i sammenheng med jobbintervjuer. Jobbsøkere presenterer seg selv på en spesifikk måte for å virke best egnet til jobben (Paulhus, 1991).

Litteraturen viser at selvrappporter er spesielt sårbare for unøyaktige svar forårsaket av sosial ønskverdighet. Som et resultat foreslår noen forskere alternative måter å samle inn informasjon på, for eksempel gjennom direkte observasjon eller å la andre rapportere informasjon om respondentene. Fordi selvrappporter fortsatt er en økonomisk måte å samle informasjon på, dreier det seg

om å fokusere på sosial ønskverdighet hvor man best kan takle denne skjevheten. For eksempel tyder bevis på at denne skjevheten kan reduseres gjennom nøye formulering av spørsmål og forsikring om anonymitet for respondentene (Paulhus, 1991).

Hva som oppleves som sosialt ønskverdig vil i stor grad bli reflektert av kulturelt betingete verdier (Sandal & Endresen, 2002). Rudmin (1999) har utført en studie som viser til forskjeller i skår på Marlowe-Crowne Social Desirability skalaen mellom utvalg i Norge og andre land. Studien viser at norske studenter i mindre grad enn amerikanske studenter oppgir sosialt ønskverdige responser (Sandal & Endresen, 2002). Rudmins studie viser at skårer ikke påvirkes av respondentens kjønn eller alder. Funn viser også en positiv sammenheng mellom skåren på denne skalaen og utdanning (Rudmin, 1999).

Sosial ønskverdighet kan oppstå når omfanget av studien involverer sosialt følsomme spørsmål om for eksempel personlighetstrekk, miljø, politikk eller religion (Grimm, 2010). Motivasjonen til en person sier mye om hva man drives av og hvordan man er som person. I jobbsammenheng sier det hva som er viktig for at man skal gjøre en god jobb. Dermed er dette et følsomt tema og mange vil nok kvie seg for å svare helt ærlig hvis det får dem til å fremstå som en dårligere person. En måte å validere skalaer for sosial ønskverdighet på er å demonstrere om personer som besvarer skjemaer i forbindelse med ansettelse skårer høyere enn de som befinner seg i en nøytral situasjon (Ones et al., 1996; Sandal & Endresen, 2002). Man antok at jobbsøkere ville gi en mer positiv selvpresentasjon av seg selv. Undersøkelsen viste nettopp dette, at personer i en seleksjonssituasjon hadde høyere gjennomsnittsskår enn et studentutvalg (Gravdal & Widing, 2003).

Forskningen til Jurgensen (1978) viser for eksempel at når jobbsøkere blir spurt om hvor viktig lønn er for jobbeslutningen, svarer respondentene at det er moderat viktig. Når respondentene blir spurt om andre jobbsøkere svarer de at lønn er den viktigste faktoren for personen (Jurgensen, 1978). Dette er fordi det ikke anses som sosialt akseptabelt å akseptere et jobbtillbud basert hovedsakelig på lønn. Cohen et al. (1998, 2001) utvidet dette området til å omfatte forretningsetikk. De ga respondentene etiske dilemmaer og spurte om de ville handlet på samme måte

som personene i de etiske dilemmaene, og hvordan de trodde sine kolleger ville handlet. Svarene fulgte et mønster som lignet på Jurgensen (1978).

Respondentene sa at det var mindre sannsynlig at de handlet på en uetisk måte sammenlignet med sine kolleger. Jurgensen (1978) og Cohen et al. (1998, 2001) sine funn gjenspeiler en tendens hos individer til å rapportere seg selv som mer sosialt akseptabel sammenlignet med sine kolleger.

Teorien om kjønns sosialisering antyder at kvinner fra tidlig alder tenker annerledes enn menn om moralske spørsmål. For eksempel har kvinner en tendens til å utvise større omsorg enn menn og er mer følsomme for etiske spørsmål (Loe & Weeks, 2000; Bass et al., 1998). Fordi de pleier å stole mer enn menn på deontologiske normer (Loe & Weeks, 2000) er kvinner mer sannsynlig bekymret for andres velferd (Bass et al., 1998; Barnett et al., 1994, 1996). Ettersom kvinner er mer utsatt for innflytelse fra samfunnsnormer og verdier, er det også mer sannsynlig at de lar arbeidsplassbeslutningene påvirkes av følelsene. Denne innflytelsen gjør dem også mer bevisste på behovet for å skape et gunstig inntrykk (Schoderbek & Deshpande, 1996). Dette kan forklare kvinners høyere skår på sosial ønskverdighet (Cohen et al. 1998, 2001).

2.10 Hypoteser

I studien ønsket vi å teste teorien om sosial ønskverdighet med følgende hypoteser;

H1: *“Deltakerne som leser at geologen er indre motivert vil ha mest lyst til å ansette vedkommende”*

H2: *“Deltakerne som leser at geologen er ytre motivert vil ha minst lyst til å ansette vedkommende”*

3. Metode

Metode går ut på hvordan man i praksis utdyper og utvikler teorier gjennom en aktuell problemstilling. Det handler videre om å utføre undersøkelser som belyser problemstillingen for så innhenting og analyse av data for å teste teoriene (Succurat, 2017). Valget av metode er viktig for å innhente dataene som er mest relevante og pålitelige for å kunne besvare oppgavens problemstilling. Formålet

med metodedelen i denne oppgaven er å bruke dataen til å finne ut om det er en sosial ønskverdighetsdimensjon når man vurderer sin egen og andres motivasjon. I denne delen skal vi begrunne hvilke metoder vi har brukt for å besvare problemstillingen og se på fordelene knyttet til valg av metode.

3.1 Kvantitativ metode

Man skiller mellom to tilnærminger ved analyse av data, kvalitative og kvantitative metoder. Kvalitativ metode går ut på å bruke ord og tekst for å få dybdeforståelse i forskningen. Kvalitativ analyse tar sikte på å forstå et fenomen fremfor å forklare eller anslå det. De er ikke-analytiske som vil si at man ikke tar hensyn til årsak- eller effektvariabler. Da kan man ta i bruk intervjuer, spørreundersøkelser, bilder og videoer (Saunders, Lewis & Thornhill, 2009). I kvantitative metoder brukes ofte tallfestede data for å øke den generaliserende kunnskapen og innsikten angående en problemstilling. Dette gir utgangspunkt for å analysere tall ved statistiske regnemodeller, med hensikt å finne målbare data (Sucarrat, 2017).

Når man skal velge hvilken metode som benyttes er det problemstillingen som bør ha størst fokus. Problemstillingen i denne oppgaven omhandler hvorvidt det foreligger sosial ønskverdighet innen ulike typer motivasjon, og om jobbsøkere som avslører ulike typer motivasjon fremstår som mer eller mindre attraktive. På bakgrunn av problemstillingen har vi valgt å benytte oss av kvantitativ metode for å besvare den. Anvendelse av kvantitativ data gjør det mulig å finne nye sammenhenger fordi man analyserer ved hjelp av statistiske analyseteknikker (Ringdal, 2018).

Vi har innhentet primærdata i vårt eksperiment. Videre har vi valgt å ta i bruk en spørreundersøkelse i stedet for mange dybdeintervju. Spørreundersøkelsen har gitt oss valide data med synspunkter fra mange pålitelige respondenter. Ut ifra data vi har hentet inn kan vi sammenligne respondentenes svar og trekke konklusjoner opp mot vår problemstilling. I oppgaven har vi brukt analyseverktøyet SPSS til både registrering og analyse av data.

3.2 Undersøkellesdesign

Undersøkelsens design går ut på å beskrive hvordan analyseprosessen skal legges opp for at man skal løse den aktuelle problemstillingen (Silkose, Olsson & Gripsrud, 2016). Når man skal gjennomføre en undersøkelse er det flere aspekter som må tas i betraktning. Man må ta stilling til både hva og hvem som skal undersøkes. I vår oppgave ønsket vi å finne årsakssammenhenger og dette krever et kausalt design. Et kausalt forskningsdesign betyr at man benytter en form for eksperiment. Man ønsker å dokumentere en eventuell effekt på den avhengige variabelen gjennom manipulasjon av de uavhengige variablene (Silkose, Olsson & Gripsrud, 2016). Respondentene av undersøkelsen ble delt tilfeldig inn i tre eksperimentgrupper, og hver gruppe ble utsatt for ulike manipulasjoner av den uavhengige variabelen. Eksperiment er det ideelle kausale designet, og de sentrale elementene i denne typen design er sammenligning, tidsseriedata, randomisering og aktiv manipulasjon (Jacobsen, 2005).

3.3 Rekruttering og utvalg

Vi ønsket at utvalget skulle være representativt for populasjonen for å kunne trekke mest mulig korrekte slutninger fra den kvantitative modellen. Likevel måtte vi ta utgangspunkt i et bekvemmelighetsutvalg og derfor er ikke utvalget representativt for hele populasjonen. Vi startet prosessen med å finne ut hvilken målgruppe som ville gi pålitelige og informative svar. I tillegg ønsket vi å sikre at det var spredning i alder, utdanning, kjønn og inntekt. Målgruppen vi bestemte oss for å rekruttere ble mennesker i voksen alder som var yrkesaktive. Vi mener det er en passende og pålitelig målgruppe å henvende seg til ettersom de er relevante når det kommer til å vurdere ansettelse og arbeidsmotivasjon.

Målet vårt var å rekruttere over 180 personer slik at det ville være minst 60 respondenter på hvert av de tre ulike scenariene om geologen som ble fremstilt. I tillegg ønsket vi en jevn fordeling av kvinner og menn. Utvalget endte til slutt på 215 fullstendige respondenter, hvorav 91 er menn og 131 er kvinner. I undersøkelsen ønsket vi å rekruttere mennesker fra ulike sektorer og yrker som var i arbeid, ikke studenter og ungdommer. Vi rekrutterte respondentene gjennom meldinger til venner og familie, som videresendte den igjen til sine kontakter.

Våre foreldre delte den med sine kollegaer i organisasjoner som både er i privat og offentlig sektor. Respondentene har et bredt utvalg yrker deriblant helsepersonell, kafébransjen, reklame, eiendomsmegling, IT, økonomi, ingeniør. Respondentene besvarte spørreundersøkelsen i tidsrommet 13. november 2020 til 13. januar 2021.

3.4 Eksperiment design

Vi valgte å bruke Qualtrics for å lage en spørreundersøkelse til å samle inn data og informasjon til vår oppgave. Formålet var å undersøke sosial ønskerverdighet og om man vil ansette en indre, ytre eller prososial motivert geolog.

Deltakerne ble tilsendt en spørreundersøkelse med totalt 24 spørsmål. I første del av undersøkelsen ble respondentene takket for at de ville delta og informert om hva studien handlet om. Det ble videre informert om at spørreundersøkelsen ville ta omtrent 5 minutter å gjennomføre, at all data som ble samlet inn ville anonymiseres og at deltaker når som helst kunne trekke seg fra studien. Nederst på første side ble de bedt om å gi sitt samtykke til å delta i studien. Respondentene skulle først svare på spørsmål om seg selv slik at vi kunne få et bedre bilde av hvem som svarte på spørreundersøkelsen. Dette ble gjort gjennom spørsmål som omhandlet alder, kjønn, utdanning og lønn.

Deltakerne fikk en rask gjennomgang av de tre motivasjonstypene før de ble bedt om å svare på spørsmål for å måle sitt eget nivå av indre, ytre og prososial motivasjon. De skulle først måle sin egen motivasjon til å hjelpe andre på jobb (prososial motivasjon), så sin indre drivkraft til å utføre arbeidsoppgavene sine (indre motivasjon) og til slutt sin ytre drivkraft til å utføre arbeidsoppgavene sine (ytre motivasjon). Deltakerne indikerte hvor enige de var med følgende påstander på en skala fra 1 til 7, der 1 = helt uenig og 7 = helt enig.

Spørreundersøkelsens deltagere ble videre delt inn i 3 grupper som ble presentert for hvert sitt scenario. Alle fikk beskjed om å se for seg at man jobbet i HR-avdelingen på et universitet, og skulle ansette en ny forsker innen geologi. Man ble videre presentert for en forsker som beskrev sin egen arbeidsmotivasjon.

Deltakerne ble delt inn i 3 forskjellige grupper, hvor hver gruppe fikk en forsker med enten indre, ytre eller prososial motivasjon. Så skulle deltakerne svare på om de ønsket å ansette forskeren på grunnlag av hans/hennes arbeidsmotivasjon.

Gruppe 1 –Ble informert om at forskeren primært er ytre motivert i sitt arbeid som geolog. Det som motiverer han til å gjøre en ekstra innsats i forskningen er den økonomiske gevinsten han kan oppnå ved å gjøre en god innsats. Det å tjene gode penger er den mest sentrale motivasjonsfaktoren i denne forskerens arbeid.

Gruppe 2 –Ble informert om at forskeren primært er prososial motivert i sitt arbeid som geolog. Det som motiverer han til å yte en ekstra innsats i forskningen er opplevelsen av å hjelpe andre på en måte som er viktig for dem. Det å ha arbeidsoppgaver som gir muligheten til å hjelpe andre er den mest sentrale motivasjonsfaktoren i denne forskerens arbeid.

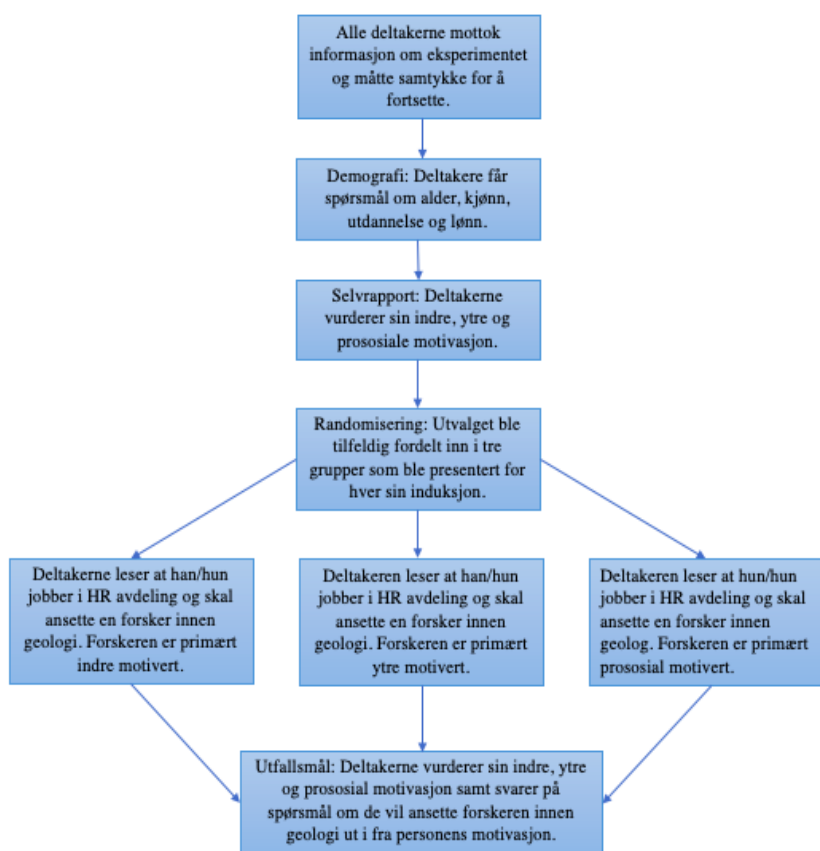
Gruppe 3 –Ble informert om at forskeren primært er indre motivert i sitt arbeid som geolog. Det som motiverer han til å yte en ekstra innsats i forskningen er alle de interessante faglige problemstillingene som kan oppstå i forbindelse med en studie. Det å ha interessante arbeidsoppgaver som kan gi grunnlag for utvikling og mestringfølelse er den mest sentrale motivasjonsfaktoren i forskerens arbeid.

Videre i undersøkelsen ønsket vi å se hvordan denne informasjonen får deltakerne til å svare på resten av spørsmålene. Alle spørsmålene var derfor identiske for alle gruppene til tross for ulik informasjon om forskeren. Deltakerne skulle nå svare på om de ønsket å ansette forskeren på grunnlag av hans arbeidsmotivasjon. Her ble de stilt tre spørsmål, hvor et av disse er omformulert til å sjekke hvorvidt svarene korrelerer med hverandre. Skalaen fra 1 til 7, der 1 = helt uenig og 7= helt enig ble fortsatt benyttet.

Etter dette ble deltakerne bedt om å vise på en skala fra 1 til 7, der 1= laveste mulige nivå og 7= høyeste mulige nivå, hvor mye av de tre ulike typene motivasjon de selv mente en forsker ideelt sett burde ha.

Siste delen av undersøkelsen var et kontrollspørsmål. Her ble kandidaten spurt om informasjon oppgitt tidligere i testen. De skulle svare på hva slags motivasjon forskeren hevdet at var det sentrale i sitt arbeid. Kontrollspørsmålet var for å kunne sele ut respondenter som ikke hadde engasjert seg eller fulgt med underveis i spørreundersøkelsen. Respondenter som hadde trykket helt tilfeldig for å kunne komme seg fort videre og bli ferdig ville gitt oss irrelevant informasjon å benytte, da den informasjonen ikke stemmer med deres synspunkter og meninger.

Figur 1: Eksperimentets prosedyre



3.5 Utfallsmål

Formålet med undersøkelsen var å lære mer om motivasjon og oppfatningen av andre mennesker. Utfallsmålene vi utarbeidet bestod av fire avhengige variabler, som igjen bestod av en variasjon av ledd. Variablene ble brukt for å måle kandidatens egen motivasjon; ytre motivasjon, indre motivasjon og prososial motivasjon, samt hva slags arbeidsmotivert geolog de ønsker å ansette. Her ble spørsmålene for å måle samtlige av variablene, med unntak av ansettelse, hentet

fra validerte studier. Dette gir økt reliabilitet og validitet til undersøkelsen, hvor vi med større sikkerhet kan si at spørsmålene måler det som er ønsket. Spørsmålene hadde syv svaralternativer som gikk fra “helt uenig” til “helt enig”. Den første avhengige variabelen som ble målt omhandlet å måle kandidatens prososiale motivasjon. Vi utarbeidet fire uavhengige variabler for å måle kandidatens grad av prososial motivasjon og deres motivasjon for å hjelpe andre på jobb. Vi har brukt en standardisert skaladesign for å kartlegge deltakers grad av prososial motivasjon (Grant, 2007). Prososial motivasjon er drivkraften som kommer fra ønsket om å hjelpe andre på en måte som er viktig for dem. Leddene er følgende:

Fordi jeg bryr meg om å være til nytte for andre gjennom mitt arbeid

Fordi jeg ønsker å hjelpe andre gjennom mitt arbeid

Fordi jeg ønsker å ha en positiv innvirkning på andre

Fordi det er viktig for meg å gjøre noe godt for andre gjennom mitt arbeid

For den andre avhengige variabelen ønsket vi å se respondentenes egen indre motivasjon og deres indre drivkraft til å utføre sine arbeidsoppgaver. Indre motivasjon er drivkraften som kommer fra arbeidsoppgavene selv. Følgende 6 ledd, hentet fra (Deci et al., 1989; Vallerand, 1997) sin studie om indre motivasjon blir brukt til å måle variablene:

Mine arbeidsoppgaver er i seg selv en viktig drivkraft i jobben min

Det er gøy å jobbe med de arbeidsoppgavene jeg har

Jeg føler at den jobben jeg gjør er meningsfull

Jobben min er veldig spennende

Jobben min er så interessant at den i seg selv er sterkt motiverende

Av og til blir jeg så inspirert av jobben min at jeg nesten glemmer ting rundt meg

Den tredje avhengige variabelen omhandlet respondentenes ytre motivasjon og deres ytre drivkraft til å utføre sine arbeidsoppgaver. Ytre motivasjon er drivkraften som kommer fra belønningen man oppnår som konsekvens av arbeidet. Leddene som ble brukt til å analysere denne er hentet fra Deci & Ryan (2000b) sin studie om ytre motivasjon. Denne ble målt ved hjelp av følgende fire uavhengige variabler:

Dersom jeg skal legge inn en ekstrainsats i jobben min skal jeg ha betalt for det

For meg er det viktig å ha en "gulrot" å strekke meg etter for å gjøre en god jobb

Økonomiske ekstragoder som bonus og provisjon er viktig for hvordan jeg utfører jobben min

Dersom jeg hadde blitt tilbudt bedre økonomiske betingelser hadde jeg gjort en bedre jobb

Avslutningsvis ønsket vi å se på det samlede inntrykket av forskeren. Vi ville se hvorvidt deltakerne ønsket å ansette forskeren til jobben som geolog. Dette blir målt ved hjelp av tre uavhengige variabler, hvor en av disse fungerte som et kontrollspørsmål.

Jeg ville gjerne latt denne forskeren få jobben

Basert på det denne forskeren sier om sin arbeidsmotivasjon får jeg lyst til å ansette ham

Jeg ville unngått å ansette en forsker som har dette som sin mest sentrale motivasjon

3.6 Cronbachs alfa

Cronbachs alfa er en indeks på reliabilitet. Når man gjennomfører en evalueringsundersøkelse vil det være nyttig å vite at instrumentet man bruker utelukkende vil fremkalle konsistente og pålitelige svar, selv om spørsmål blir erstattet med andre lignende spørsmål. Når man har en generert variabel med et sett av spørsmål som gir et stabilt svar, sies variabelen å være reliabel. (*Hatcher, L. ,1994*). Etter at all relevant data var samlet inn brukte vi et analytisk verktøy som heter SPSS for å kalkulere Cronbachs alfa knyttet til spørsmålssettene våre.

Benyttelsen av Cronbachs alfa vil hjelpe oss med å estimere om spørsmålssettene er konsistente og pålitelige. Cronbachs alfa er en skala mellom 0 og 1. Desto nærmere Cronbachs alfa er 1, desto bedre intern reliabilitet vil spørsmålssettet ha. Måles Cronbachs alfa til 0 er det ingen sammenheng mellom spørsmålene. George og Mallery (2003) sin tommelfingerregel hevder følgende om Cronbachs alfa: “ $>.9$ - Excellent, $>.8$ - Good, $>.7$ - Acceptable, $>.6$ - Questionable, $>.5$ - Poor, and $<.5$ - Unacceptable” (p. 231). Et rimelig mål for Cronbachs alfa vil være en alfa på over 0,8. (*George, D., & Mallery, P., 2003*). I vårt eksperiment har alle verdiene en høy og tilfredsstillende Cronbachs alfa og kunne dermed brukes i endelige målemodellen. Den endelige målemodellen har høy indre konsistens og reliabilitet med utfallsmålene. Nedenfor er en tabell med oversikt over Cronbachs alfa verdiene til de ulike avhengige variablene og de tilhørende spørsmålene.

Tabell 2: Spørsmål fra undersøkelsen og Cronbachs alfa

Spørsmål	Cronbachs alfa
Indre motivasjon	0.873
Mine arbeidsoppgaver er i seg selv en viktig drivkraft i jobben min	
Det er gøy å jobbe med de arbeidsoppgavene jeg har	
Jeg føler at den jobben jeg gjør er meningsfull	
Jobben min er veldig spennende	

Jobben min er så interessant at den i seg selv er sterkt motiverende

Av og til blir jeg så inspirert av jobben min at jeg nesten glemmer ting rundt meg

Ytre motivasjon

0.776

Dersom jeg skal legge inn en ekstrainsats i jobben skal jeg ha betalt for det

For meg er det viktig å ha en gulrot å strekke meg etter for å gjøre en god jobb

Økonomiske ekstragoder som bonus og provisjon er viktig for hvordan jeg utfører jobben min

Dersom jeg hadde blitt tilbudt bedre økonomiske betingelser hadde jeg gjort en bedre jobb

Prososial motivasjon

0.945

Fordi jeg bryr meg om å være til nytte for andre gjennom mitt arbeid

Fordi jeg ønsker å hjelpe andre gjennom mitt arbeid

Fordi jeg ønsker å ha en positiv innvirkning på andre

Fordi det er viktig for meg å gjøre noe godt for andre gjennom mitt arbeid

Ansettelse

0.885

Jeg ville gjerne latt denne forskeren få jobben

Basert på denne forskeren sier om sin arbeidsmotivasjon får jeg lyst til å ansette ham

Jeg ville unngått å ansette en forsker som har dette som sin mest sentrale motivasjon

4.0 Resultater

Vi har benyttet spørreundersøkelsesverktøyet Qualtrics for å skaffe data til eksperimentet. Videre har vi analysert dataene ved hjelp av IBM SPSS versjon 27. For å kunne ta nødvendige slutninger har vi utført korrelasjons- og variansanalyser.

4.1 Om utvalget

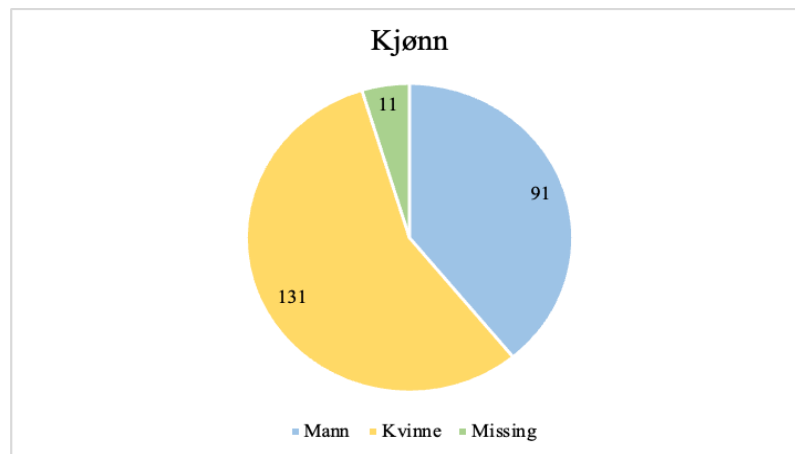
Deltakerne av undersøkelsen kunne trekke seg underveis i gjennomføringen, eller velge å ikke svare på spørsmål. Dette har ført til at antall svar på de ulike spørsmålene varierer noe. SPSS korrigerer for de ulike antallene. Det var 215 personer som fullførte spørreundersøkelsen og et lite fåtall trakk seg. Videre er generell informasjon om deltakerne illustrert ved hjelp av figurer nedenfor. Utvalget av respondenter kan vi kalle representativt fordi det er oppgitt ulik alder, kjønn, utdanningsnivå og lønnsforhold.

4.2 Deskriptive data

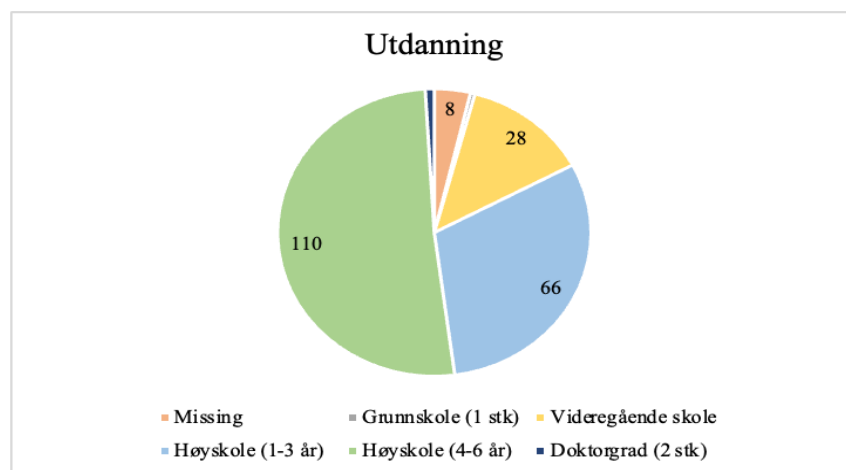
Deskriptive data brukes for å kartlegge respondentenes bakgrunn. Vi ønsket et utvalg av deltakere med spredning i alder, kjønn, utdanning og inntekt. I tillegg ønsket vi pålitelige respondenter for å få best mulig grunnlag for oppgaven.

Undersøkelsen var primært for utdannede mennesker i arbeid. Deltakerne ble bedt om å oppgi fødeår og undersøkelsen viser at yngste deltaker var født i 2001 og den eldste 1940. Gjennomsnittet for fødeår var 1980 og standardavviket var på 13,70, noe som indikerer en stor spredning.

Av de 215 fullstendige deltakerne var 113 kvinner, som utgjorde 52,56%. 91 deltakere var menn, som utgjorde 42,33%. Det var 11 personer som ikke svarte på det aktuelle spørsmålet og de går under kategorien "Missing". Det er en relativt jevn fordeling mellom kvinner og menn.

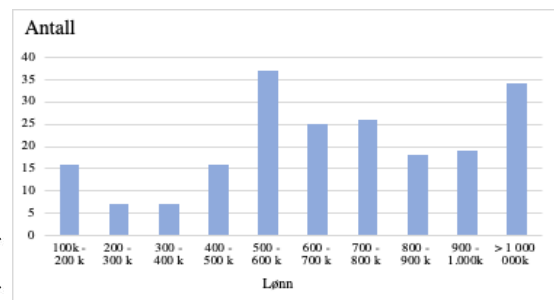
Figur 2: Respondentenes kjønn

Deltakerne ble spurt om å oppgi høyeste grad av utdanning. Av alle deltakerne har en person grunnskole som høyeste utdanning (0,5%) og 28 deltakere har utdanningsbakgrunn fra videregående skole (13,5%). Ved høyere utdanning går det frem at 66 deltakere har 1-3 års høyskoleutdanning (31,9%) og 110 deltakere har 4-6 års høyskoleutdanning (53,1%). To deltakere har doktorgrad, som utgjør 1,0%. Det var 8 personer som ikke svarte på det aktuelle spørsmålet og de går under kategorien "Missing".

Figur 3: Respondentenes utdanning

Figur 4: Lønnsfordeling blant utvalget

Lønn (NOK)	Antall	Andel
100k - 200k	16	7.8%
200 - 300 k	7	3.4%
300 - 400 k	7	3.4%
400 - 500 k	16	7.8%
500 - 600 k	37	18.0%
600 - 700 k	25	12.2%
700 - 800 k	26	12.7%
800 - 900 k	18	8.8%
900 - 1.000k	19	9.3%
> 1 000 000k	34	16.6%
Total	205	100



Når det kommer til variasjon i inntekt, tjener 16 deltakere mellom 100.000- 200.000 kr i året. 7 deltakere tjener mellom 200.000- 300.000 kr i året, 7 tjener mellom 300.000 - 400.000 kr i året, 16 tjener mellom 400.000 - 500.000 kr i året, 37 tjener mellom 500.000 - 600.000 i året, 25 tjener mellom 600.000 - 700.000 i året, 26 tjener mellom 700.000 - 800.000 i året, 18 tjener mellom 800.000 - 900.000 i året, 19 tjener mellom 900.000 - 1.000.000 i året og 34 tjener over 1 million i året.

4.3 Korrelasjonsanalyse - Sammenheng mellom variablene

Det ble fremsatt to hypoteser for å besvare problemstillingen i denne oppgaven. Vi har utarbeidet en korrelasjonsmatrise over variablene fra de ulike hypotesene. Korrelasjonsmatrisen undersøker hvorvidt det er sterk eller svak korrelasjon mellom variablene, ergo samvariasjonen mellom variablene. Korrelasjonsverdiene varierer fra -1 til 1, hvor 1 speiler en positiv perfekt sammenheng mellom to målinger, og -1 speiler negativ sammenheng mellom to målinger. Vi har brukt en standard indikator på korrelasjon, Pearsons produktmoment-korrelasjon, for å undersøke styrke og retning på samvariasjonen mellom de ulike variablene. Interkorrelasjon trenger ikke nødvendigvis å inneholde veldig innsiktsfull informasjon, men det er interessant å vurdere styrke og retning. Ifølge Pallant

(2013) indikerer en korrelasjon mellom 0 og ± 0.3 en svak sammenheng mellom variablene, en korrelasjon mellom ± 0.3 og ± 0.5 en moderat sammenheng, mens en korrelasjon mellom ± 0.5 og ± 1.0 er ansett å være sterk. Tabell 2 viser antall, gjennomsnitt, standardavvik og interkorrelasjoner mellom de relevante variablene.

Korrelasjonsmatrisen viser oss hvilke variabler som har positive og negative verdier, med andre ord om variablene har positive eller negative korrelasjoner. Noen av variablene i korrelasjonsmatrisen har en nøytral sammenheng og noen variabler har negativ sammenheng. Det er likevel gjort interessante og relevante funn med tanke på sammenheng mellom prososial, indre og ytre motivasjon.

Tabell 2: Gjennomsnitt, standardavvik og korrelasjonsmatrise

Variabler	N	Gj.snitt	Std. avvik								
				1	2	3	4	5	6	7	
1. Fødeår	194	1980	13.69798	1.000							
2. Utdanning	207	3.41	0.750	-0.324	1.000						
3. Inntekt	205	6.28	2.687	-0.588	0.621	1.000					
4. Prososial motivasjon	196	5.3878	1.2180	-0.005	0.015	-0.160	1.000				
5. Indre motivasjon	198	5.4116	0.95243	-0.281	0.171	0.258	0.215	1.000			
6. Ytre motivasjon	198	4.3838	1.1436	0.224	0.026	-0.053	-0.195	-0.353	1.000		
7. Ansettelse	192	4.3229	1.42115	0.020	0.062	0.027	0.065	0.108	0.042	1.000	

Notat: Tabellen viser gjennomsnitt, standardavvik og en korrelasjonsmatrise for de ulike variablene.

Korrelasjonsmatrisen viser at det forholdsvis mange svake korrelasjoner mellom variablene som undersøkes i oppgaven. De fleste variablene har relativt svak korrelasjon, men er teoretisk interessante. Vi ønsker å trekke frem de korrelasjonene som er vesentlige for vår undersøkelse og ser bort i fra de som er ubetydelige for problemstillingen.

Fra tidligere forskning vet vi at høy inntekt som regel er assosiert med høy indre motivasjon og lav ytre motivasjon. Mennesker med høy inntekt er ofte mindre opptatt av å tjene mer penger fordi de har nok. Samt at jobbene deres kan være

mer interessante, gi muligheter for å utvikle seg og arbeidsoppgavene er engasjerende i seg selv (Ryan & Deci, 2000). I vår korrelasjonsmatrisen kan vi se at det er en relativt svak positiv sammenheng mellom inntekt og indre motivasjon ($r=.258$). I tillegg er både en svak negativ sammenheng mellom prososial motivasjon og inntekt ($r=-.160$), og svak negativ sammenheng mellom ytre motivasjon og inntekt ($r=-.053$). Vi hadde forventet at sammenhengen mellom de ulike motivasjonsformene og inntekt var noe sterkere. Den svake korrelasjonen kan skyldes utslag fra ufaglærte respondenter.

Korrelasjonsmatrisen viser en svak positiv sammenheng mellom indre motivasjon og utdanning ($r=.171$). Videre er det en positiv sammenheng mellom prososial motivasjon og utdanning ($r=.015$) og positiv sammenheng mellom ytre motivasjon og utdanning ($r=.026$). Alle variablene har relativt svak positiv korrelasjon, men er teoretisk interessante. Høyere utdanninger fører som regel til jobb i kunnskapsintensive yrker. Newell et al. (2009) hevder at kunnskapsarbeidere drives av en sterk indre motivasjon. Dette støttes i vår korrelasjonsmatrise hvor indre motivasjon korrelerer sterkere med utdanning enn ytre og prososial motivasjon.

Vi kan se at prososial motivasjon ikke viser sammenheng med fødeår. Den er like sterk hos de unge som eldre ($r=-.005$). Indre motivasjon har en sterkere sammenheng med alder enn prososial motivasjon, ettersom korrelasjonsmatrisen viser en svak negativ sammenheng mellom indre motivasjon og fødeår ($r=-.281$). Kooij et al. viser til i sin metaanalyse at det er funnet en positiv sammenheng mellom indre motivasjon og økt alder. Behovet for å ha interessante arbeidsoppgaver, autonomi og suksess på jobben er viktigere hos eldre arbeidstakere (Kooij et al. 2011, 217). Vi ser en svak negativ sammenheng mellom ytre motivasjon og fødeår ($r=-.224$). Kooij et al. har funnet en negativ sammenheng mellom ytre motivasjon og økt alder. Med dette hadde vi forventet en sterkere korrelasjon, men vi ser likevel at indre motivasjon korrelerer sterkest med fødeår.

Det er en moderat negativ sammenheng mellom ytre motivasjon og indre motivasjon ($r=-.353$). Studier viser til at ytre arbeidsmotivasjon har en negativ sammenheng med indre arbeidsmotivasjon (Kuvaas, Dysvik, & Buch, 2014).

Dette støtter opp under antakelsen om den potensielt skadelige effekten av ytre belønning på indre motivasjon. (Deci, 1972; Gagne & Deci, 2005; Kuvaas 2008; Ryan & Deci 2000). I tillegg kan vi se at det er en svak positiv sammenheng mellom indre motivasjon og prososial motivasjon ($r=.215$). En omfattende studie av Adam M. Grant fra 2008 om brannmenn og deres overtidarbeid viste at prososial motivasjon var positivt assosiert med å jobbe overtid når den indre motivasjonen var høy, og negativt assosiert når indre motivasjon var lav (Grant 2008, s. 51). Vi trodde dermed at denne sammenhengen kom til å være noe sterkere da de som synes jobben sin er givende ofte har høy prososial motivasjon.

4.4 Test av mellomgruppesforskjeller

H1: *“Deltakerne som leser at geologen er indre motivert vil ha mest lyst til å ansette vedkommende”*

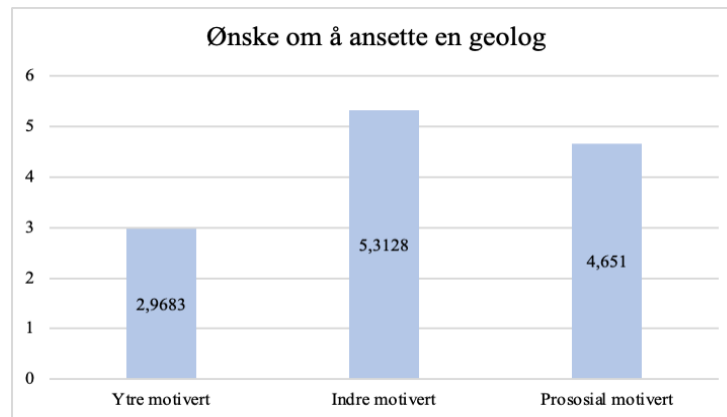
H2: *“Deltakerne som leser at geologen er ytre motivert vil ha minst lyst til å ansette vedkommende”*

Vår første hypotese tilsa at deltakerne som leste at geologen var indre motivert vil ha mest lyst til å ansette vedkommende. Hypotese to tilsa at deltakerne som leste at geologen var ytre motivert vil ha minst lyst til å ansette vedkommende. For å utforske mellomgruppesforskjellene utførte vi en variansanalyse, ANOVA, med Tukey post-hoc-test. Resultatet fra ANOVA viste at det var signifikante mellomgruppesforskjeller på variabelen som måler ønsket om å ansette en geolog ($F(2,189) = 88,172, p<.001$).

Vi ønsket å finne ut hvorvidt det var signifikant forskjell mellom de ulike typene motivasjon; indre, ytre og prososial. Tukey post-hoc test demonstrerte at de interne forskjellene mellom hver motivasjonstype var statistisk signifikant fordi $p=>0.001$. Søylediagrammet viser forskjeller mellom de ulike motivasjonstypene. I gjennomsnitt ville flest respondenter ansette en indre motivert geolog (5,3128), videre ville nest flest respondenter ansette en prososial motivert geolog (4,6510) og til slutt ville færrest ansette en geolog som er ytre motivert (2,9683). Resultatene fra testen gir støtte for hypotese 1, om at flest vil ansette geologen

som er indre motivert. Resultatene gir også støtte for hypotese 2, om at færrest har lyst til å ansette geologen som er ytre motivert.

Figur 4: Ideell motivasjonstype hos en geolog



5.0 Diskusjon

Hensikten med studien var å undersøke om det finnes sosial ønskverdighet innenfor ulike typer motivasjon og hva slags type motivasjon man foretrekker hos en geolog. I denne delen av oppgaven skal vi drøfte funnene på bakgrunn av de hypotesene vi har brukt for å besvare problemstillingen. Først skal vi diskutere resultatene i ANOVA-testen og korrelasjonsanalysen opp mot teorien vi har brukt i oppgaven. Vi vil drøfte praktiske og teoretiske implikasjoner på bakgrunn av funnene i undersøkelsen, og videre se på styrker og begrensninger ved metoden. Til slutt vil vi komme med en anbefaling for videre forskning.

5.1 Oppsummering av hovedfunn

Oppsummert finner vi en enighet blant respondentene, hvor våre to hypoteser blir støttet i resultatdelen. Vi ser fra ANOVA-analysen at det er signifikante mellomgruppeforskjeller for variablene. Respondentene svarer at de helst vil ansette en indre motivert geolog og deretter litt mindre en prososial motivert geolog. Respondentene vil derimot i mindre grad ansette en ytre motivert geolog. I resultatdelen ser vi også at respondentene selvrappporterer seg selv høyest med indre motivasjon, deretter prososial motivasjon og minst med ytre motivasjon.

5.2 Teoretiske implikasjoner

H1: *“Deltakerne som leser at geologen er indre motivert vil ha mest lyst til å ansette vedkommende”*

H2: *“Deltakerne som leser at geologen er ytre motivert vil ha minst lyst til å ansette vedkommende”*

I denne delen ønsker vi å kommentere teoretiske implikasjoner knyttet til om det er likheter eller forskjeller mellom våre hypoteser og tidligere forskning. Heath sin rådende teori “Extrinsic incentive bias” sier at man har rett når man bedømmer seg selv og beskriver seg som indre og prososial motivert, men at man tar feil når man skal bedømme andre. Da tillegger man de ytre insentiver. Grunnen til dette er at man ikke kan se de indre motivene til en annen person. Av den grunn tror man at det er de ytre insentivene som får personen til å gjøre som den gjør (Heath, 1999). På den annen side sier teorien om sosial ønskverdighet at vi ikke bedømmer andre feil, men at vi bedømmer oss selv feil (Paulhus 1991). Vi selvrappporterer på en måte som gjør at vi fremstiller oss selv så positivt som mulig. Hvis denne forklaringen stemmer vil det være en sosial ønskverdighetsdimensjon.

Vår studie testet denne forklaringen ved å spørre respondentene om de ville ansatt en geolog som sa åpent og ærlig at han/hun var karakterisert av indre, ytre eller prososial motivasjon. Vi ser av resultatdelen at når geologen sier at han/hun motiveres av indre motivasjon, vil respondentene ansette personen (gjennomsnittsskår: 5,3128). Når geologen sier at han/hun motiveres av prososial motivasjon, vil respondentene ansette personen i litt mindre grad enn indre motivasjon (gjennomsnittsskår: 4,651). Derimot når geologen sier at han/hun motiveres av ytre motivasjon, vil respondentene i mindre grad ansette personen (gjennomsnittsskår: 2,9683).

En måte å validere skalaer for sosial ønskverdighet på er å demonstrere om personer som besvarer skjemaer i forbindelse med ansettelse skårer høyere enn de som befinner seg i en nøytral situasjon (Ones et al., 1996; Sandal & Endresen, 2002). Man antok at jobbsøkere ville gi en mer positiv selvpresentasjon av seg selv. Undersøkelser viser at personer i seleksjonssituasjoner har høyere

gjennomsnittsskår enn de som befinner seg i en nøytral situasjon (Gravdal & Widing, 2003). Formen inntrykksmanipulering, innenfor sosial ønskverdighet, oppstår ofte i sammenheng med jobbintervjuer. Jobbsøkeren presenterer seg selv bevisst på en måte for å virke best egnet til jobben (Paulhus, 1991). I vår studie kan vi se at geologen som fremstiller seg som indre motivert, vil klart flest av respondentene ansette. Dette kan tyde på at det finnes en sosial ønskverdighetsdimensjon fordi respondentenes ønske om å ansette geologen påvirkes av hvordan han/hun fremstiller seg selv. Dette forklarer hvorfor vi har tendenser til å lyve om vår egen motivasjon til andre. Vi kan se av resultatdelen at det sannsynligvis lønner seg. Flest vil ansette den indre motiverte geologen, mens færrest vil ansette en geolog som kun er ytre motivert.

Sosial ønskverdighet kan oppstå når omfanget av studien involverer sosialt følsomme spørsmål (Grimm, 2010). Motivasjon kan for mange være et følsomt tema fordi det forteller hva man drives av og hvordan man er som person. I jobbsammenheng sier det hva som er viktig for at man skal gjøre en god jobb. Mange vil nok kvie seg fra å svare helt ærlig hvis det får dem til å fremstå som en dårligere person. Vi ser av resultatdelen at respondentene selvrappporterer på en måte som gjør at de fremstiller seg selv så positivt som mulig. De svarer på selvrapportdelen høyest på indre motivasjon uavhengig av fødeår, utdanning, kjønn og inntekt. Respondentene selvrappporterer seg selv lavere på ytre motivasjon, men høyere på prososial motivasjon. Dette kan også tyde på at det er sosial ønskverdighet fordi respondentene ønsker å fremstille seg selv så positivt og sosialt akseptabelt som mulig.

5.3 Praktiske implikasjoner

Resultatene i vår oppgave kan føre til noen praktiske implikasjoner. Undersøkelsen kan gi grunnlag for å revurdere eller evaluere for eksempel prosessene rundt rekruttering og intervjuer av jobbkandidater. I resultatene ser vi at geologen blir oppfattet som mer attraktiv til å bli ansatt med høy indre motivasjon, enn med ytre motivasjon. Med andre ord vil dette si at ytre motivasjon er en egenskap man ikke burde fremme i en jobbsøkerprosess. En jobbsøker vil komme bedre ut ved å fremstå høy på indre motivasjon og bør

fremme dette som sin viktigste motivasjon. Jobbsøkere vil muligens prøve å fremstille seg selv i et godt lys med en hensikt om å bli ansatt til jobben. De vil fremstå som indre motiverte, selv om de kanskje er mer opptatt av ytre insentiver som lønn og bonuser, enn de vil innrømme. Med andre ord svarer jobbsøkeren på måter som får dem selv til å se bra ut fra rekruttererens øyne og følgelig nedtoner sin ytre motivasjon. Dette kan skape en uærlig selvpresentasjon. Sett fra rekruttererens perspektiv kan dette føre til mulige feilansettelser fordi jobbsøkere fremstiller seg bedre enn de egentlig er.

Sosial ønskverdighet kan også forekomme i jobbsammenheng under spørreundersøkelser eller medarbeidersamtaler. For å unngå sosial ønskverdighet kan det være lurt med direkte observasjon eller å la andre rapportere informasjon om respondentene som alternative måter å samle inn informasjon på. Videre kan skjevheten for eksempel reduseres gjennom nøye formulering av spørsmål og forsikring om anonymitet for respondentene (Paulhus, 1991). Det dreier seg om å fokusere på sosial ønskverdighet hvor man best kan takle denne skjevheten.

Forskning viser at indre motivasjon er viktigst i jobbsammenheng fordi det er mer effektivt i de fleste arbeidsoppgaver og en god kilde til prestasjoner og et utviklende arbeidsmiljø. I tillegg vil det være en avgjørende konkurransefaktor i arbeidsmarkedet fremover (Matthiesen, 2015). Derfor er det lurt å vise til disse sidene ved seg selv i et jobbintervju fordi dette er et trekk arbeidsgivere vil verdsette hos jobbsøkere.

5.4 Begrensninger

Som i de fleste andre eksperimenter vil det forekomme begrensninger i forhold til validitet på grunn av begrensede ressurser og tid. Vi vil i dette avsnittet presentere ulike faktorer ved studien som kan føre til begrensning i validitet og holdbarhet, slik at vi kan komme med relevante anbefalinger til fremtidige sammenlignbare studier.

For det første er det en begrensning når det kommer til utvalget. Vi brukte et bekvemmelighetsutvalg som vil si at man trekker ut de enhetene som er enklest å

få tak i. Hva som oppleves som sosialt ønskverdig vil i stor grad bli reflektert av kulturelt betingete verdier (Sandal & Endresen, 2002). Utvalget vårt er begrenset til kun et fåtall av den norske befolkning og de er omtrent fra samme geografiske område. Det vil si at studien ikke er representativ for hele Norge og andre land. Undersøkelser viser at norske arbeidstakere er svært motiverte, uansett yrkesgruppe. Det er arbeidsglede og ikke penger som først og fremst driver dem (Arnulf, 2020). Dette vil kunne prege besvarelsen og resultatet i undersøkelsen. For et mer representativt utvalg bør det inkludere en større del av befolkningen fra Norge eller andre land for å sikre større mangfold og bredde.

For det andre er eksperimentet fiktivt som kan føre til at respondentene kan synes det er vanskelig å se scenariet for seg. Scenarioene vi bruker er testet med noe ekstreme ytterpunkt, hvor geologen beskriver seg høy på enten motivasjonstypen indre, ytre eller prososial motivasjon. Det hypotetiske scenarioet kan oppleves som urealistisk eller urelaterbart fordi få vil beskrive sin motivasjon på så ekstreme måter. Vi brukte likevel dette for å prøve å oppnå et signifikant resultat. Videre kan vi ikke kvalitetssikre svarene fordi spørreundersøkelsen var anonym. Likevel var dette en rettferdig måte å måle sosial ønskverdighet på med tanke på at skjevheten av sosial ønskverdighet reduseres når spørreundersøkelsen er anonym.

5.5 Anbefaling til videre forskning

Resultatene fra vår undersøkelse viser at det er en sosial ønskverdighetsdimensjon og respondentene fronter indre motivasjon fremfor ytre motivasjon. På bakgrunn av begrensningene for studien vil vi anbefale til videre forskning at man har et større antall og utvalg respondenter. Dette vil føre til at man også får med ulike kulturelle variasjoner når det kommer til å bedømme seg selv og andre. Ved å inkludere respondenter fra flere nasjoner vil man få et mer representativt resultat som ikke avhenger av norske kulturer og holdninger.

Det kunne vært interessant til videre forskning å bruke en annen metode for studien. Da kunne man muligens ha oppdaget en større sosial ønskverdighet. Hvis spørreundersøkelsen ikke hadde vært anonym hadde man kanskje sett en større

skjevhet fordi skjevheten reduseres ved forsikring av anonymitet (Paulus 1991, Grimm 2010). Skjevheten rapporteres å være mest tydelig når data samles inn via en undersøkelsesmetode der respondentene lett kan identifiseres, for eksempel ved et personlig intervju. (Grimm 2010). Respondentene hadde kanskje selvrapportert seg enda høyere på indre motivasjon og lavere på ytre motivasjon fordi det ville gitt et bedre inntrykk av dem som person. Dersom respondenten er identifiserbar vil det kanskje være mer selvbedrag eller inntrykksmanipulering enn om man er anonym.

6.0 Konklusjon

I denne studien ønsket vi å besvare problemstillingen; *“Foreligger det sosial ønskverdighet innen ulike typer motivasjon, og vil jobbsøkere som avslører ulike typer motivasjon fremstå som mer eller mindre attraktive?”*

Det ble utarbeidet to hypoteser for å belyse problemstillingen på bakgrunn av funnene fra spørreundersøkelsen. Ved å ta i bruk resultatene fra hypotesene og teori om de aktuelle temaene fant vi ut at respondentene helst vil ansette en indre motivert geolog, deretter en prososial motivert geolog og til slutt en ytre motivert geolog. Geologen som avslørte at han var indre motivert fremstod som mest attraktiv, mens geologen som avslørte at han var ytre motivert i sitt arbeid fremstod minst attraktiv. Ut ifra dette kan vi se at det har noe å si hva en geolog motiveres av. Det er tydelig at svært få vil ansette en geolog som kun er ytre motivert. Dette støtter våre utvalgte hypoteser.

Respondentene selvrapporterte høyest på indre motivasjon, litt lavere på prososial motivasjon og lavest på ytre motivasjon. Dette støtter opp under teorien om sosial ønskverdighet som går ut på at man selvrapporterer sosialt ønskelige svar i stedet for å velge svar som reflekterer sanne følelser (Grimm, 2010). Indre motivasjon er den typen motivasjon som er mest sosialt akseptert og derfor vil man fronte denne fremfor ytre motivasjon. Ytre motivasjon består av ytre insentiver som lønn og bonuser. Penedrevet oppførsel har ofte en negativ konnotasjon og mennesker tar ofte avstand fra det. Vi ser at på både ansettelse og selvrappotering er indre motivasjon den mest fremtredende motivasjonsformen og det kan tyde på at det er en sosial ønskverdighetsdimensjon innenfor arbeidsmotivasjon.

Referanser:

- Alvesson, M. (2004) *Knowledge Work and Knowledge-Intensive Firms*. Oxford University Press.
- Arnold, J., R. Randall & F. Patterson. (2016). Individual differences, in *Work psychology: Understanding human behaviour in the workplace* (6. utg). Pearson
- Arnulf, J. K. (2020). *Er alle yrkesgrupper i Norge like motivert?* Hentet fra: <https://www.bi.no/forskning/business-review/articles/2020/08/er-alle-yrkesgrupper-i-norge-like-motivert/>
- Bandura, A. (1997). *Self- efficacy: The exercise of control*. Freeman.
- Bandura, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Prentice-Hall. Hentet fra: [https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=PdY9o315vpYC&oi=fnd&pg=PA94&dq=Bandura,+A.+\(1986\),+Social+Foundations+of+Thought+and+Action:+A+Social+Cognitive+Theory,++Prentice-Hall.&ots=uGcTxU-jbO&sig=SNq83k7ffEuSDtmNtD5fRmhb9a8&redir_esc=y#v=onepage&q=Bandura%2C%20A.%20\(1986\)%2C%20Social%20Foundations%20of%20Thought%20and%20Action%3A%20A%20Social%20Cognitive%20Theory%2C%20%20Prentice-Hall.&f=false](https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=PdY9o315vpYC&oi=fnd&pg=PA94&dq=Bandura,+A.+(1986),+Social+Foundations+of+Thought+and+Action:+A+Social+Cognitive+Theory,++Prentice-Hall.&ots=uGcTxU-jbO&sig=SNq83k7ffEuSDtmNtD5fRmhb9a8&redir_esc=y#v=onepage&q=Bandura%2C%20A.%20(1986)%2C%20Social%20Foundations%20of%20Thought%20and%20Action%3A%20A%20Social%20Cognitive%20Theory%2C%20%20Prentice-Hall.&f=false)
- Batson, C. D. (1987). Prosocial Motivation: Is it ever Truly Altruistic? In *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 65–122. Elsevier. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60412-8](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60412-8)
- Batson, C. D., Ahmad, N., Powell, A. A., & Stocks, E. L. (2008). Prosocial motivation. I J. Y. Shah & W. L. Gardner (Eds.), *Handbook of motivation science*. Guilford Press, 135-149.
- Barnett, T., K. Bass, G. Brown & F. J. Herbert: (1998), 'Ethical Ideology and the Ethical Judgments of Marketing Professionals', *Journal of Business Ethics* 17, 715–723.

- Bass, K., T. Barnett and G. Brown: (1998). 'The Moral Philosophy of Sales Managers and its Influence on Ethical Decision Making', *Journal of Personal Selling & Sales Management* 18(2), 1–17.
- Beretvas, N. S., Meyers, J. L., & Leite, W. L. (2002). *A reliability generalization study of the Marlowe Crowne Social Desirability Scale. Educational and Psychological Measurement*, 4, 570–589.
- Bing, M. N., & Burroughs, S. M. (2001). *The predictive and interactive effects of equity sensitivity in teamwork-oriented organizations. Journal of Organizational Behavior*, 22, 271–290.
- Brewer, G. A., & Selden, S. C. (1998). Whistle blowers in the federal civil service: New evidence of the public service ethic. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 8, 413–439.
- Bryman, A. (1996), "Leadership in organizations", i Clegg, S.R., Hardy, C. Og Nord, W.R. (Eds), *Handbook of Organization Studies*, Sage, 276-92.
- Clegg, S., Kornberger, M., & Pitsis, T. (2011). *Managing & Organizations: An introduction to theory & practice*. SAGE Publications Ltd.
- Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology: *Journal of Consulting Psychology*, 24, 349–354.
- Cofer, C. N., Chance, J., & Judson, A. J. (1949). *A study of malingering on the MMPI. Journal of Psychology*, 27, 491–499.
- Cohen, J. F., L. W. Pant & D. J. Sharp: 2001, 'An Examination of Differences in Ethical Decision- Making Between Canadian Business Students and Accounting Professionals', *Journal of Business Ethics* 30 (4), 319–336.
- Cohen, J. F., L. W. Pant & D. J. Sharp: 1998, 'The Effect of Gender and Academic Discipline Diversity on the Ethical Evaluations, Ethical Intentions and Ethical Orientation of Potential Public Accounting Recruits', *Accounting Horizons*, 250–270.

- Constructive amusement. (15.3.2018). *Social desirability*. Bilde hentet fra:
<http://www.constructive-amusement.de/comics-in-english/archives/03-2018>
- Cho, Y. J. & Perry, J., L. (2012). *Intrinsic Motivation and Employee Attitudes: Role of Managerial Trustworthiness, Goal Directedness, and Extrinsic Reward Expectancy*, 32(4) 382–406. Doi: 10.1177/0734371X11421495
- Csikszentmihalyi, M. & Nakamura, J. (1989), “The dynamics of intrinsic motivation: a study of adolescents: Goals and cognitions”, i Ames, C. Og Ames, R. (Eds), *Research on Motivation in Education*, Academic Press, 45-71.
- Deci, E.L. (1975). *Intrinsic Motivation*. Plenum Press. Doi:
<https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4446-9>
- Deci, E. L., & Ryan, R. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum Press.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (1985a), *The general causality orientations scale: self-determination in personality*, *Journal of Research in Personality*, 19, 109-34.
- Deci, E.L. & Ryan, R. (2002). *Overview of Self-Determination Theory: An Organismic Dialectical Perspective*. Hentet fra:
<http://www.elaborer.org/cours/A16/lectures/Ryan2004.pdf>
- Deci, E. L., Connell, J. P., & Ryan, R. M. (1989). Self-determination in a work organization. *Journal of Applied Psychology*, 74(4), 580–590.
- Deci, E.L. & Ryan, R. (2002). *Handbook of Self-Determination Research*. The University of Rochester Press, 3-37.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (2000) The “What” and “Why” of Goal Pursuits: *Human needs and the Self-Determination of Behavior*. *Psychological Inquiry*, 11 (4), 227-268.

- Deci, E. L., & Vansteenkiste, M. (2004). Self-determination theory and basic need satisfaction: *Understanding human development in positive psychology*. *Ricerche di Psicologia*, 27 (1), 23-40.
- Deci, E. L., Ryan, R. M., & Williams, G. C. (1996). Need Satisfaction and The Self-Regulation of Learning. *Learning and Individual Differences*, 8 (3), 165-183.
- Deci, E. L., Ryan, M. R & Koestner, R. (1999). *A Meta-Analytic Review of Experiments Examining the Effects of Extrinsic Rewards on Intrinsic Motivation*, 125 (6), 627-668. Doi: doi.org.ezproxy.library.bi.no/10.1037/0033-2909.125.6.627
- De Dreu, C. K. W., & Nauta, A. (2009). Self-interest and other-orientation in organizational behavior: Implications for job performance, prosocial behavior, and personal initiative. *Journal of Applied Psychology*, 94, 913-926.
- Dowling, W. F., & Sayles, L. R. (1978). *How managers motivate: The imperatives of supervision*. McGraw Hill.
- Drucker, P. F. (1999). Knowledge-worker productivity: The biggest challenge. *Management Review*, 41(2), 79-94.
- Drucker, P. F. (1996) *Landmarks of Tomorrow: A Report on the New «Post-Modern» World*. (2. utg.) Transaction Publishers.
- Dysvik, A., Kuvaas, B., & Gagné, M. (2013). *An investigation of the unique, synergistic, and balanced relationships between basic psychological needs and intrinsic motivation*. Doi: <https://doi.org/10.1111/jasp.12068>
- Edwards, A. L. (1957). *The social desirability variable in personality assessment and research*. Dryden Press. Hentet fra: <https://psycnet.apa.org/record/1958-00464-000>

- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 331-362. Doi: <https://doi.org/10.1002/job.322>
- Grant, A. M., & Berry, J. W. (2011). The Necessity of Others is the Mother of Invention: Intrinsic and Prosocial Motivations, Perspective Taking, and Creativity. *Academy Of Management Journal*, 54(1), 73-96. Doi: <https://doi.org/10.5465/amj.2011.59215085>
- Grant, A. M., & Shin, J. (2012). *Work Motivation: Directing, Energizing, and Maintaining Effort (and Research)*. The Oxford Handbook of Human Motivation (1st edn) Edited by Richard M. Ryan. Doi: [10.1093/oxfordhb/9780195399820.013.0028](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195399820.013.0028)
- Grant, A. M. (2012). Leading with Meaning: *Beneficiary Contact, Prosocial Impact, and the Performance Effects of Transformational Leadership*. *Academy Of Management Journal*, 55(2), 458-476. Doi: <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0588>
- Grant, A. M., Campbell, E. M., Chen, G., Cottone, K., Lapedis, D., & Lee, K. (2007). Impact and the art of motivation maintenance: The effects of contact with beneficiaries on persistence behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103, 53–67. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.05.004>
- Grant, A. M., Parker, S. K., & Collins, C. G. (2009). *Getting credit for proactive behavior: Supervisor reactions depend on what you value and how you feel*. *Personnel Psychology*, 62, 31-55. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2008.01128.x>
- Gravdal, L. & Sandal, G. M. (2004). *Sosial ønskerdighet: Marlowe-Crowne Social Desirability Scale i norsk forkortet utgave*. Hentet fra <https://psykologtidsskriftet.no/oppsummert/2004/09/sosial-onskverdigheit-marlowe-crowne-social-desirability-scale-i-norsk-forkortet>

- Grimm, P. (2010) *Social Desirability Bias*. Doi:
<https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem02057>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11 (4). Allyn & Bacon.
- Gravdal, L., & Widing, H. (2003). Hovedoppgave. Universitetet i Bergen
- Grouzet, F.M.E., Vallerand, R.J., Thill, E.E. and Provencher, P.J. (2004), “*From environmental factors to outcomes: a test of integrated motivational sequence*”, *Motivation and Emotion*, 28 (4), 331-46.
- Hackman, J.Richard, & Oldham, Greg R. (1976). Motivation through the design of work: test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250–279. Doi: [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7)
- Hatcher, L. (1994). *A step-by-step approach to using the SAS(R) system for factor analysis and structural evaluation modeling*. SAS Institute
- Heath, C. (1999). On the Social Psychology of Agency Relationships: *Lay Theories of Motivation Overemphasize Extrinsic Incentives*, s. 27-50. Academic Press.
- Jurgensen, C. E.: 1978, ‘Job Preferences (What Makes a Job Good or Bad?)’, *Journal of Applied Psychology* 63, 267–276. Doi: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.63.3.267>
- Kaufmann, G. & Kaufmann, A. (2003). *Psykologi i organisasjon og ledelse*. (5.utg) Fagbokforlaget.
- King, M. F., Bruner, C. G (2000) *Social Desirability Bias: A Neglected Aspect of Validity Testing* Doi: 10.1002/(SICI)1520-6793(200002)17:2<79::AID-MAR2>3.0.CO;2-0
- Koestner, R. & Losier, Gaëtan F. (2002) Distinguishing Three Ways of Being Internally Motivated: A Closer Look at Introjection, Identification and

Intrinsic Motivation i E.L. Deci & R.M. Ryan (Red.) (2002). *Handbook of Self-Determination Research*, 101-121. The University of Rochester Press.

Kooij, Dorien. T. A. M, Annet H. De Lange, Paul G.W. Jansen, Ruth Kanfer og Josje S. E. Dijkers. 2011. "Age an work-related motives: Results of a meta-analysis." *Journal of Organizational Behavior*, 32, 197-225. Doi: <https://doi.org/10.1002/job.665>

Korsgaard, M. A., Meglino, B. M., & Lester, S. W. (1997). Beyond helping: Do other-oriented values have broader implications in organizations? *Journal of Applied Psychology*, 82, 160–177. Doi: <https://doi.org/10.1002/job.665>

Kvande, E. & Rasmussen, B. (2007) Innledning, i Kvande, E. og Rasmussen, B. (red.) *Arbeidslivets klemmer - Paradokser i det nye arbeidslivet*. Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS, 13-27.

Lepper, M.R. & Greene, D. (1978), "Overjustification research and beyond: toward a means-ends analysis of intrinsic and extrinsic motivation", i Lepper, M.R. & Greene, D. (Eds), *The Hidden Costs of Reward: New Perspectives on the Psychology of Human Motivation*, Laurence Erlbaum, 109-48.

Lepper, M. R., Sethi, S., Dialdin, D., & Drake, M. (1997). Intrinsic and Extrinsic Motivation: A Developmental Perspective, i Luthar, S. S, J. A. Burack, & C. Dante, *Developmental Psychopathology: Perspectives on Adjustment, Risk, and Disorder*, 23-50. Cambridge University Press.

Loe, T. W. & W. A. Weeks: 2000, 'An Experimental Investigation of Efforts to Improve Sales Students' Moral Reasoning', *Journal of Personal Selling & Sales Management* 20(4), 243–251. Doi: <https://doi.org/10.1080/08853134.2000.10754244>

Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* (2. utg). Høyskoleforlaget

- Mitchell, T. R., & Daniels, D. (2003). *Motivation*. In W. C. Borman, D. R. Ilgen, & R. J. Klimoski (Eds.), *Handbook of psychology: Industrial and organizational psychology*, (12) 225–254.
- Naff, K. C., & Crum, J. (1999). Working for America: Does public service motivation make a difference? *Review of Public Personnel Administration*, 19, 5–16. Doi: <https://doi.org/10.1177/0734371X9901900402>
- Newell, S. et al. (2009) *Managing Knowledge Work and Innovation* (2. utg). Palgrave Macmillan. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.14679310.2011.00656.x>
- Matthiesen, S. B. (2015) *Ledelse av indre motivasjon*. Hentet 2. april <https://www.bi.no/forskning/business-review/articles/2015/05/ledelse-av-indre-motivasjon/>
- Nederhof, A. J. (1985). *Methods of coping with social desirability bias: A review*. *European Journal of Social Psychology*, 15, 263–280. Doi: <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420150303>
- Ones, D., Viswesvaran, C., & Reiss, A. (1996). *Role of the social desirability in personality testing for personnel selection*. *The red herring*, 660-670. Doi: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.81.6.660>
- O'Reilly, C. A., III. (1991). Organizational behavior: Where we've been, where we're going. *Annual Review of Psychology*, 42, 427–458. Doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.42.020191.002235>
- Paulhus, D. L. (1991). *Measurement and control of response bias* i J. P. Robinson, P. R. Shaver & L. S. Wrightsman (Eds.). Academic Press. Doi: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-590241-0.50006-X>
- Paulhus, D. L. (1991). *Measurement and control of response bias* i John P. Robinson et al. (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes*, 17–59. Academic Press.
-

- Paulhus, D. L., & Reid, D. B. (1991). *Enhancement and denial in socially desirable responding*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 307-317. Doi: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.2.307>
- Peltier, B. D., & Walsh, J. A. (1990). An investigation of response bias in the Chapman Scale. *Educational and Psychological Measurement*, 50, 803–815. Doi: <https://doi.org/10.1177/0013164490504008>
- Pinder, C. G. (1998). *Work motivation in organizational behavior*. Prentice-Hall.
- Rand, P. (1991) *Mestringsmotivasjon – en teoristudie*. Universitetsforlaget. Pedagogisk forskningsinstitutt. 9-227.
- Ringdal, K. (2018). Enhet og mangfold, 4. utg.: *Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Fagbokforlaget
- Rioux, S. M., & Penner, L. A. (2001). The causes of organizational citizenship behavior: A motivational analysis. *Journal of Applied Psychology*, 86, 1306–1314. Doi: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.6.1306>
- Ryan, R. M., Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: *Classic Definitions and New Directions*. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67. Doi: <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Ryan, R., Deci, E. L., & Robertson H., S. (2017). *Self-Determination Theory: An Approach to Human Motivation and Personality*. Guilford Press
- Sandal, G. M., Endresen, I. M (2002). *The sensitivity of the CPI Good Impression Scale for detecting «faking good» among Norwegian students and job applicants*, 304-311
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research Methods For Business Students*. (5th ed.). Pearson Education Limited
- Schoderbek, P. P., Deshpande, S. P. (1996). 'Impression Management, Overclaiming, and Perceived Unethical Conduct: The Role of Male and Female Managers', *Journal of Business Ethics* 15, 409–414. Doi: <https://doi.org/10.1007/BF00380361>

- Skaalvik, E. M., & Skaalvik, S. (2005). *Skolen som læringsarena: selvoppfatning, motivasjon og læring*. Universitetsbokforlaget.
- Shah, J. Y., Gardner, W. L. (2007). *Handbook of Motivation Science*, Guilford Publications. 137-145.
- Sheldon, K. M., Turban, D. B., Brown, K. G., Barrick, M. R., & Judge, T. A. (2003). Applying Self-Determination Theory to Organizational Research. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 23, 358-393. Doi: 10.1016/S0742-7301(03)22008-9
- Silkoset, R., Olsson, U. H. & Gripsrud, G. (2016). *Metode og dataanalyse*. Cappelen Damm AS
- Sucarrat, G. (2017). *Metode og økonometri; en moderne innføring* (2. utg). Fagbokforlaget.
- Thompson, J. & Bunderson, J. S. (2003). Violations of principle: Ideological currency in the psychological contract. *Academy of Management Review*, 28(4), 571–586. Hentet fra: <https://doi.org/10.5465/amr.2003.10899381>
- Vallerand, R.J. (1997), *Toward a hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation*, i Zanna, M.P. (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 29, 271-360. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60019-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60019-2)
- Vallerand, R.J., Ratelle, C.F. (2002). *Intrinsic and Extrinsic Motivation: A Hierarchical model* i E. L. Deci & R. M. Ryan (Eds.), *Handbook of self-determination research*, 37–63.
- Zack, M. H. (1999) Managing Codified Knowledge, *Sloan Management Review*, 40(4), 45-58.
- Wiggins, J. S. (1959). *Interrelationships among MMPI measures of dissimulation understandard and social desirability instructions*. *Journal of Consulting Psychology*, 23, 419–427.