



**Sverige
2010+**

Ärlighet
Humor & Glädje
Rättvisa
Anpassningsbara
Ovisshet om framtiden
Anställdas hälsa
Erkännande av anställda
Livskvalitet
Öppen kommunikation
Arbetsstillfällen
Respekt
Effektivitet
Ekonomisk stabilitet
Familj
Byråkrati
Arbetslöshet
Engagemang
Lagarbete
Kostnadsjakt
Yttrandefrihet
Resursslöseri
Samarbete
Mänskliga rättigheter
Omsorg om de äldre
Männliga rättigheter
Miljömedvetenhet
Medkänsla
Kommande generationer
Självständig
Skyller på varandra

STUDIE OM SVERIGES KULTUR OCH VÄRDEGRUND

Maj 2010

Genomförd av

VOLVO
Information Technology

FORTOS MANAGEMENT CONSULTING

PREERA

Sponsor

corporate missions ab

INNEHÅLL

INLEDNING OCH SAMMANFATTNING	1
SYFTE	3
METOD	4
PERSONLIGA VÄRDERINGAR	7
ARBETSPLATSENS VÄRDERINGAR	12
SAMHÄLLETS VÄRDERINGAR	19
ATT KOMMA VIDARE – DIALOG OCH DELAKTIGHET SOM REDSKAP FÖR UTVECKLING	28
APPENDIX	30

Vilket samhälle vill svenskarna helst leva i? Och vilka värderingar anser svenskarna genomföra det samhälle vi lever i idag?

Studien Sverige 2010+, som genomförs för andra året i rad, är en omfattande kartläggning av svenskarnas värderingar och deras syn på samhället.

Resultatet visar att det finns både framtidstro frustration och önskan om förändring i samhället. Den oro som kunde ses tydligt förra året har tonats ner.

Studien visar på stora likheter i hur vi svenskar uppfattar oss själva, hur vi ser på samhället och våra arbetsplatser.

Studien, som genomfördes i mars 2010, är en årlig mätning av kulturen och värdegrunden i nationen.

Resultatet av studien kan användas av alla som intresserar sig för vad människor i Sverige anser är viktigt, för att leva ett bra liv, privat och på våra arbetsplatser.

Studiens utgångspunkt är att människor som får möjlighet att bidra till sin egen och samhällets utveckling upplever en större tillfredsställelse, samt att företag, organisationer och länder med förmåga att skapa engagemang för gemensamma frågor når större framgång.

Gemensamma beslut som fattas utifrån tydliga värderingar blir också genomförda, vi kallar detta för ett värdebaserat samhälle.

Motsatsen är att otydliga eller outtalade värderingar hämmar individens tillfredsställelse, företagets och samhällets utveckling.

För att utveckla och öka framgången för Sverige som nation behöver svenskarnas värderingar göras synliga och tydliga. Nedan redovisas tre teman, viktiga att fokusera på för att förflytta Sverige till ett mer värdebaserat samhälle: Individens värderingar, arbetsplatsens värderingar och samhällets värderingar.

Metoden för studien har utvecklats av Richard Barrett, verksam vid Institutet *Barrett Values Centre* i USA. Metoden används för mätning av värderingar i företag och organisationer. Mätmetodens tillförlitlighet och det demografiska urvalet ger ett brett och representativt resultat. Urvalet av respondenter är representativt för svenska medborgare bosatta i Sverige.

Följande företag finansierar och genomför årets studie: Preera, Volvo IT och Fortos Management Consulting. Arbetet sponsras av Corporate Missions.

RESULTAT — EN SAMMANFATTNING

PERSONLIGA VÄRDERINGAR: svensken som individuell lagspelare

Ärlighet och en vilja att göra rätt för sig ligger i topp. Begreppet *Vänskap* faller ut och *respekt* kommer in på tio-i-topp. Värdeorden som handlar om personliga värderingar är *ansvar, tar ansvar* och *självständig*.

Reflektion: Mixen av individuellt orienterade och relationsfokuserande värdeord tyder på att svensken är en "individuell lagspelare". *Personliga värderingarna är en spegling av våra behov och vad som motiverar oss, hur kan vi använda kunskapen av dessa behov för att föra oss framåt tillsammans?*

Slutsats: Sverige saknar begrepp som KREATIVITET, LÄRANDE OCH INNOVATION. Det vi uppenbart saknar är värdeord som kreativitet, ständigt lärande, nytänkande och innovation. *Ständigt lärande* och *kreativitet* kommer först på 16e respektive 20e plats bland de personliga värderingarna. Denna obalans mellan trivsel i stabilitet och behovet av nytänkande behöver både medvetandegöras och fokuseras för att Sverige skall kunna stå sig som en global aktör som kan skapa verkligt värde både inom och utanför Sverige.

Hur kan vi skapa en innovationskultur i vårt land, som gör att vi kan hävda oss i den globala konkurrensen?

VÄRDERINGAR I SAMHÄLLET – *Yttrandefrihet, byråkrati och arbetslöshet.*

Värdeordet *bevara naturen* har fallit ut och in har ytterligare ett begränsade värdeord har kommit in: *skyller på varandra.*

Reflektion: Detta innebär att energiläckaget (entropi) i nationen som helhet har ökat till 34% från förra årets 31%. En möjlig förklaring är att en förskjutning från oro för framtiden från 2009 har bytts mot en frustration och otålighet.

Slutsats: Det är ett stort gap mellan de värden vi uppfattar i dagens Sverige jämfört med vad vi önskar. Endast *fred* återfinns både i den rådande och den önskade nationskulturen. Detta tyder på en stor önskan om en förändring.

SYFTET MED ATT MÄTA EN NATIONS VÄRDERINGAR

Vad är viktigt för dig? Vad grundar du dina beslut på? Vad motiverar dig? Vad ger dig energi och mening? Svaren på dessa frågor uttrycks oftast i form av våra värderingar. Men vad är då värderingar? Kort skulle vi kunna säga att värderingar är ord i vilka vi uttrycker våra principer och/eller övertygelser som vi medvetet eller omedvetet vill se i vår omgivning i form av beteenden eller ageranden.

Den samlade bilden av våra värderingar är uttryck för kulturen i en grupp. Så genom att samla in de personliga, rådande och önskade värderingarna i grupper (team, organisationer, nationer) så får vi en uppfattning av kulturen. Kopplar vi sedan dessa värderingar till mänskliga behov får vi en bild av vad som motiverar individen och gruppen. Det kan också sägas ge en bild av vilken energier som finns inom gruppen. Och genom att även inkludera värden och beteenden som kommer av att vi är rädda för att inte tillgodose våra egenintressen (ego) får vi samtidigt en bild av vilket energiläckage som kan finnas i en grupp samt i ur var den kommer ifrån.

Syftet med att mäta en nations värdesystem är kort att få en bild av vilken kultur som råder. Men syftet är inte så enkelt. Värdemätningen ger också av en bild av hur starkt "kontrakt" individerna i gruppen känner med den rådande kulturen samt hur de skulle vilja att den skulle se ut för att vara optimal. Med andra ord, den ger en bild av vilket behov som finns att förändra och utveckla kulturen. Så genom att mäta en nations värderingssystem för ger vi oss en högre grad av medvetenhet av vad som är kollektivt viktigt för nationen.

Nationens värdeord ger oss en bas att starta en medskapande dialog kring ordens innebörd och önskade uttrycksform, vilka ger oss medvetenhet om vilket samhälle och nation vi vill skapa. De ger oss en bas för en nationell vision!

Idag är vi mycket fokuserade på vår objektiva verklighet, den synliga, påtagliga, rationella verkligheten. Kan jag inte se den, mäta den eller bestämma den så har vi svårare att acceptera att den existerar. Men denna osynliga och subjektiva verklighet existerar även ifall vi inte kan mäta

och bestämma den. Det är till och med så att denna verklighet är den som i hög grad styr och påverkar vår objektiva verklighet. Ibland använder vi ett isberg som en metafor för att beskriva den synliga och den osynliga verkligheten. Om som du vet är 90% av isberget under ytan. Och man kan ju fråga sig vad som får isberget att förflytta sig. Är det vindarna över ytan (våra planer, strategier, strukturer etc.) eller strömmarna under ytan (våra attityder, traditioner, vanor, värderingar, rädslor, etc.) Genom att låta oss medvetet välja värderingar får vi en bild av vad som finns "under ytan" och påverkar våra beslut, beteenden, prioriteringar och planer. Samtidigt är det viktigt att vara medveten om att en kultur består av individer. Så det är varje individs enskilda uppfattning av egna värderingar samt de som råder i gruppen som utgör kulturen. Så för att förstå och komma åt och jobba med att transformera en kultur måste man börja i det individuella perspektivet.

Så, kort sagt kan vi säga att vi vill mäta nationens värderingar för att skapa bättre insikt om våra värderingar. Genom denna medvetenhet kan vi bygga ett mer värde drivet samhälle där vi medvetet fattar beslut på önskade värderingar.

Kulturer växer och transformeras genom samtalet och i den mänskliga dialogen. Därför är det inte bara viktigt att vi mäter nationens och organisationers värderingar, utan också att vi skapar forum för dialog där vi kan låta vår medvetenhet växa. Det genom dessa samtal vi kommer lägga grunden till det samhälle som vi behöver börja bygga idag för att våra barns barn skall ha en värld att leva i. Resan att bygga ett mer uthålligt samhälle börjar redan idag! Läs mer om detta i sista avsnittet där vi föreslår hur vi kan komma igång med denna nationella medskapande dialog. Där du kan vara med och göra skillnad i din del av Sverige, på din arbetsplats, i er verklighet

METOD - HUR GENOMFÖRDES SVERIGE 2010+?

Studien genomförs 2010 på initiativ av tre oberoende företag: Preera, Volvo IT och Fortos Management Consulting. Årets studie sponsras av Corporate Missions. Samtliga dessa organisationer arbetar kontinuerligt och är delaktiga i global utveckling av Cultural Transformation Tools (CTT). Metoden är framtaget av Barrett Values Centre. Barrett Values Centre är ett institut som sedan 1997 har utvecklat och förfinat metoden som idag används i 59 länder. Tack vare långtgående systematik och nätverkssamarbete finns god jämförbarhet och stort lärande mellan olika mätningar. Nationella mätningar har tills idag genomförts i tolv länder; Australien, Belgien, Bhutan, Canada, Danmark, Island, Lettland, Sverige, England (norra), USA, Argentina, Venezuela. Planer finns 2010 även för Portugal och Frankrike.

CTT används främst inom organisationer där 1500 studier med mer än 300 000 människor genomfördes under 2009. För mer information om CTT och Barrett Values Centre, www.valuescentre.com

I en nationell CTT mätning svarar ett statistiskt säkrat urval av respondenterna på ett antal frågor genom att välja 10 värdeord från en lista med total ca 100 värdeord. Orden rankas därefter utifrån antal röster (dvs hur många respondenter som valt respektive ord) och en tio-i-topp lista skapas bland annat.

Alla ord är strukturerade enligt en bakomliggande logik som bygger på mänskliga behov och motivation i modellen "Sju nivåer av medvetenhet" som presenteras på sidan XX. Denna logik, tillsammans med demografisk data, möjliggör djupgående analyser av rådande och önskvärd värdegrund hos en grupp, organisation eller nation.

I studien av Sveriges kultur och värdegrund ställdes följande fem frågor

- 1: Vilka är dina personliga värderingar?
- 2: Vilka värderingar upplever du i samhället i dag?
- 3: Vilka värderingar skulle du vilja råde i framtidens samhälle?

*Notera att alla demografiska skärningar är statistiskt säkerställda i förhållande till Sveriges befolkning förutom "Född i Sverige" där en korrekt fördelning inte kunde säkras.

4: Vilka värdeord bäst beskriver hur din arbetsplats fungerar idag?

5: Vilka värdeord beskriver den arbetsplats där ni presterar optimalt tillsammans?

En panel på 1002 svenska medborgare bosatta i Sverige valdes ut av undersökningsföretaget Sinitor AB för att säkerställa ett statistiskt representativt underlag för landet. Mellan 1 och 13 mars 2010 besvarades frågeställningarna via e-post och http-länk.

Studien Sverige 2010+ gör inga anspråk på att ge en ensam rättvisande bild av landet och dess medborgare. Snarare bör den ses som ett komplement till annan forskning på området och en bas för fördjupande och samskapande dialog.

	FÖRDELNING	ANDEL
ORT	Storstockholm	184 18%
	Storgöteborg	99 10%
	Södra Sverige	377 38%
	Övriga Sverige	342 34%
KÖN	Man	493 49%
	Kvinna	509 51%
ARBETE	Privat sektor	452 45%
	Offentlig sektor	349 35%
	Arbetar ej	201 20%
ÅLDER	Under 21 år	44 4%
	21 till 30	155 15%
	31 till 40	239 24%
	41 till 50	240 24%
	51 till 60	223 22%
	Över 61	101 10%
Född i Sverige*	Född i Sverige	942 94%
	Ej född i Sverige	60 6%

Tabell 2: Demografisk fördelning av 1002 respondenter i Sverige 2010+

Kärnan i CTT är modellen *Sju nivåer av medvetenhet*. Modellen är en vidareutveckling av Abraham Maslows teori om människans grundläggande behov och motivationsfaktorer. Modellen bygger vidare på Maslows behovspyramid genom att koppla sju nivåer av motivation och medvetenhet till fyra grundläggande mänskliga behov (se nedan). Till varje nivå av motivation/medvetande har därefter ett stort antal värdeord kopplats.



Figur 1: Sju nivåer av medvetande

Nivå 1 - 3 fokuserar på basala men viktiga faktorer för organisationens överlevnad och framgång. På dessa nivåer kan det finnas potentiellt begränsande värderingar och beteenden som driva av egen rädsla och som uttrycks i exempelvis ord som kontrollbehov, skuld, manipulation och byråkrati, skyller på varandra.

Nivå 1: Överlevnad – fokuserar på finansiella perspektiv och organisationens tillväxt. Här finns värdeord som vinst, finansiell stabilitet, aktieägarvärde samt medarbetares hälsa och säkerhet. De potentiellt begränsande värdena är relaterade till rädslor kring överlevnad och fysisk säkerhet: kontrollbehov, kortsiktighet, försiktighet och exploatering.

Nivå 2: Relation adresserar kvaliteten på mellanmänskliga relationer inom organisationens gränser och mellan medarbetare och kunder/leverantörer. Här finns värdeord som öppen kommunikation, konflikthantering, kundnöjdhet och respekt. De potentiellt begränsande värdeorden kommer från rädslan att inte höra till, avsaknad av vänskap och av personlig säkerhet beskrivs med ord som manipulation, skuld och intern konkurrens.

Nivå 3: Självkänsla – handlar om prestationer, uppföljning, *best practice* samt system och processer som syftar till att förbättra verksamhetens output. Värdeorden inkluderar produktivitet, effektivitet, professionell utveckling och kvalitet. Begränsande värdeord föds ur låg självkänsla och låg respekt för riktlinjer och uppföljning; såsom status, arrogans och byråkrati.

Nivå 4: Transformation – fokuserar på ständiga förbättringar, lärande och produktutveckling. Hit hör värdeord som överbryggar de potentiellt begränsande värdena på nivå 1-3 Några exempel på ord är ansvar, lärande, innovation, teamwork, kunskapsdelning och personlig utveckling.

Nivå 5 – 7 representerar själens motivationsfaktorer och fokuserar på det *common good* och externt kontaktskapande.

Nivå 5: Intern samstämmighet – handlar om byggandet av gemensamma bilder och känslan av kollektiv kraft genom en delad värdegrund och vision. Värdeorden är bl a tillit, förtroende, integritet, ärlighet, samarbete och rättvisa. De positiva följdeffekterna är glädje, entusiasm, passion och kreativitet.

Nivå 6: Att göra skillnad – fokuserar fördjupade och stärkta interna och externa relationer. Det interna inkluderar värdeord som ledarskapsutveckling, mentorskap, coaching och medarbetarutveckling. Externt handlar det om kund- och leverantörssamarbete, partnerskap, strategiska allianser, miljömässig medvetenhet och vilja göra skillnad

Nivå 7: Service – reflekterar den högsta formen av intern och extern sammankoppling. Interna värdeord är t ex förlåtelse, ödmjukhet och medkänsla. Externa värdeord kan vara mänskliga rättigheter, socialt ansvarstagande, filantropi, rättvisa, fred samt kommande generationer.

I Appendix 1 finns de övergripande "plots" eller kartor som ligger till grund för hela Sverige 2010+ studien.

I Appendix 2 finns modellen för hur olika nivåer av medvetenhet beskrivs mer i detalj.

Konstruktivt beteende både behöver och skapar energi. Dessvärre gäller också det motsatta; destruktiva beteenden förbrukar och skapar ineffektivitet i en grupp. Metaforiskt kan man säga att *energiläckage* uppstår, dvs att energi går till spillo och därmed inte kan användas till konstruktivt arbete. Det krävs analysverktyg och ett gemensamt språk för att studera och åtgärda både det som skapar energi och det som läcker energi. I CTT-metoden går detta energiläckage under begreppet *kulturell entropi*.

Hållbara organisationer har en förmåga att både se och förstå dessa underliggande mönster av kultur och beteenden. Och framförallt har de insett att *kulturbristkostnader* kan vara en osynlig, men betydande, kostnadspost i resursförbrukningen. Naturligtvis går detta inte att definiera med absolut objektivitet, för det är i förståelsen (tolkningen) av både situation och sammanhang som beteenden avgörs, både på ett individuellt och kollektivt plan.

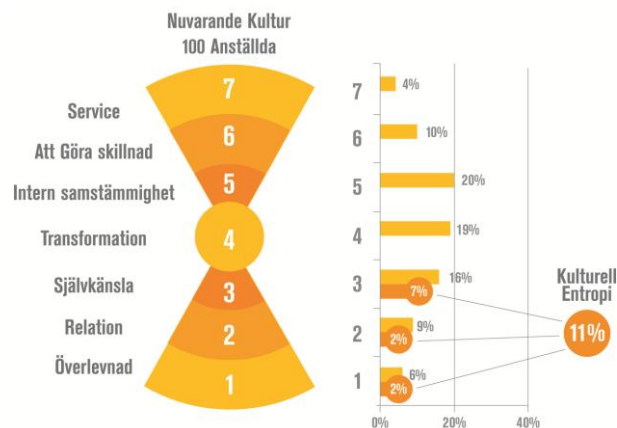
I en CTT-studie har vissa värdeord som respondenterna kan välja kodats som "potentiell begränsande". Exempel på dessa är *byråkrati, hålla på information, makt, ojämlikhet och manipulation*. Notera att dessa är *potentiellt* begränsande; orden är inte alltid begränsande. Ett visst mått av exempelvis byråkrati är nödvändigt för ordning och reda. Men överdrivet fokus innebär att inte önskvärda beteenden kan frodas i vardagen.

Erfarenheter av 1000-tals mätningar av kultur och värdegrund genomförda av Barrett Values Center visar att nivån på energiläckage inom en organisation inte bör överstiga 10% för att organisationen skall vara kapabel att arbeta med full kapacitet. Är entropin mer än 30% går alltför mycket energi åt till icke konstruktivt arbete, och organisationens överlevnad riskeras på både kort och lång sikt.

Utifrån ett affärsmässigt perspektiv har kulturbristkostnader således stor påverkan. Barrett Values Centre menar att om ett potentiellt begränsade värdeord kommer upp på tio-i-topp listan i en CTT-mätning kan det sägas representera en kulturbristkostnad på hela 5% av omsättningen. Exempelvis, om det finns fyra värdeord som är potentiellt begränsande i topp-tio-listan som beskriver rådande kultur skulle det kunna översättas till en dold kostnad på ca 20% av organisationens omsättning.

På nationell nivå är Sveriges entropi 34%. Erfarenheten av CTT-mätningar av nationella kulturer är betydligt mer begränsad och det finns därför inga riktmärken avseende entropinivån. Det är däremot intressant att notera att entropinivån på Island uppgick till 54% när CTT-mätningen genomfördes där under sommaren 2008. Ett fåtal veckor efter genomförd mätning kollapsade det ekonomiska systemet. Entropinivån på Island var denna tidpunkt på 54%. I januari 2009 genomfördes studien i USA. Veckorna före Barak Obamas tillträde visade nationen en entropi på 52%. 2010 års studie visar hela 58% energiläckage i USA.

Se nedan exempel på mätning av energiläckage/ entropi kopplat till 7 nivåer av medvetenhet i CTT.



Figur 2: Exempel på analys av kulturell entropi/energiläckage

$$\text{Kulturell Entropi/Energiläckage} = \frac{\text{Antal potentiellt begränsande värdeord}}{\text{Totala antalet värdeord}}$$

RESULTAT AV SVERIGE 2010+: PERSONLIGA VÄRDERINGAR

SVENSKARNA VILL FORTFARANDE UPPFATTAS SOM ÄRLIGA OCH VILL GÖRA RÄTT FÖR SIG

Ärlighet kvarstår som det mest valda ordet i listan över värdeord som den som bor i Sverige anser beskriva sin egen person bäst. *Ansvar/tar ansvar* kommer på plats 4 respektive 6 och *Rättvisa* på plats 9. Vid jämförelse med föregående år har *vänskap* ersatts av *respekt*. Sammanslaget ger det en bild av att man söker uppriktighet och vill göra rätt för sig. Det saknas dock helt värdeord som *kreativitet*, *ständigt lärande*, *nyttänkande* och *innovation*

Personliga värderingar
1. ärlighet
2. familj
3. humor/glädje
4. ansvar
5. medkänsla
6. tar ansvar
7. självständig
8. positiv inställning
9. rättvisa
10. respekt

Tabell 3: Personliga värderingar

SVENSKEN ÄR EN INDIVIDUELL LAGSPELARE ÄVEN 2010

Värdeord kan grupperas efter orientering: Individ, Relation eller Samhälle. Av de tio mest frekventa personliga värdeorden är fem kopplade till individ och fem kopplade till relationer. Ur denna orientering kan man utläsa ett mönster som lyfter fram svenskens syn på sig själv: En individuell lagspelare. Lika stort fokus ligger på det individuella planet, som på relationen med sin omgivning. Noteras kan dock att värderingar som rör samhälle inte finns bland våra topp tio ord.

Personliga värderingar	Orientering
1. ärlighet	Individ
2. familj	Relation
3. humor/glädje	Individ
4. ansvar	Individ
5. medkänsla	Relation
6. tar ansvar	Relation
7. självständig	Individ
8. positiv inställning	Individ
9. rättvisa	Relation
10. respekt	Relation

Tabell 4: Personliga värderingar och orientering

SVENSKAR MOTIVERAS AV GEMENSKAP OCH ATT VARA EN DEL AV NÅGOT STÖRRE

I de personliga värdeorden listas ett antal ord som ger en bild av att svenskarna präglas av gemenskap och önskan om samhörighet. En vidare reflektion görs när man beaktar medvetandenivån på värdeorden. De visar att de som bor i Sverige drivs av att vara del av något större och bidra till det gemensamt goda (common good). Detta avspeglas i de personliga värderingarna, där fem av tio ord ligger på nivå 5 - 7. Tre av tio ord är transformativa och tyder på individuell förändringsvilja. Värdeorden *familj* och *respekt* är drivna av egenintresse och ett behov av att känna positiv samhörighet.

Personliga värderingar	Medvetandenivå
1. ärlighet	gemensamt goda
2. familj	egenintresse
3. humor/glädje	gemensamt goda
4. ansvar	transformation
5. medkänsla	gemensamt goda
6. tar ansvar	transformation
7. självständig	transformation
8. positiv attityd	gemensamt goda
9. rättvisa	gemensamt goda
10. respekt	egenintresse

Tabell 5: Personliga värderingar och medvetandenivå

KVINNOR OCH MÄNS PERSONLIGA VÄRDERINGAR – MYCKET LIKA!

Mellan kvinnor och män ser man stora likheter i personliga värderingar. I topp-tio listan över värdeord återfinns åtta av tio ord hos båda könen. De små skillnaderna ligger i orden *respekt* och *omtanke* som endast finns hos kvinnor och *rättvisa* och *ödmjukhet* som endast finns hos män. *Familjen* har en första placering hos kvinnor och en fjärdeplats hos män. *Vänskap* har försvunnit från topp-tio listan för både män och kvinnor sedan förra årets mätning. *Medkänsla* inkluderades inte alls hos män i 2009 års topp-tio, men är nu på femte plats, på bekostnad av det mer rationella ordet *logisk*.

KVINNOR	MÄN
1. familj	1. ärlighet
2. ärlighet	2. humor/glädje
3. humor/glädje	3. ansvar
4. tar ansvar	4. familj
5. medkänsla	5. medkänsla
6. ansvar	6. rättvisa
7. självständig	7. tar ansvar
8. positiv attityd	8. ödmjukhet
9. respekt	9. positiv attityd
10. omtanke	10. självständig

Tabell 6: Personliga värden uppdelat på kön

FÅ SKILLNADER MELLAN ANSTÄLLDA I PRIVAT ELLER OFFENTLIG VERKSAMHET

Hela åtta värdeord är matchande oavsett om man är offentligt anställd eller privat. Människor värderar *familj*, *humor/glädje*, *ärlighet*, *ansvar*, *tar ansvar*, *positiv inställning*, *självständig* och *medkänsla*. Det som skiljer de två grupperna åt är orden *respekt* och *omtanke* som återfinns inom offentlig sektor och *ödmjukhet* och *rättvisa* som finns bland de privat anställdas topp-tio värdeord.

Medkänsla är ett värdeord där fokus ligger på att göra skillnad för andra (nivå 7 av medvetenhet i Barretts modell). Det finns i år med även på de privat anställdas lista där det seglat in på plats sex. Det är värt att reflektera över bakgrunden till detta. Det kan ses som ett tecken på ett ökat engagemang för andra och inte enbart för sig själv eller den närmaste medmänniskan.

OFFENTLIGT ANSTÄLLD	PRIVAT ANSTÄLLD
1. familj	1. ärlighet
2. ärlighet	2. humor/glädje
3. humor/glädje	3. familj
4. ansvar	4. ansvar
5. medkänsla	5. tar ansvar
6. tar ansvar	6. medkänsla
7. positiv attityd	7. självständig
8. respekt	8. positiv attityd
9. självständig	9. ödmjukhet
10. omtanke	10. rättvisa

Tabell 7: Personliga värden uppdelat på arbetsplats

VISSA SKILLNADER I PERSONLIGA VÄRDERINGAR REGIONER EMELLAN

Studien möjliggör även att skärskåda resultatet fördelat på olika regioner i Sverige. Alla regioner har i år *ärlighet* som högst värderat värdeord! Sju personliga värdeord är gemensamma för samtliga fyra regioner. Två ytterligare värdeord tillkommer när tre av fyra regioner matchas (*positiv attityd* och *självständig*). *Ständigt lärande* försvinner från de två regioner där det fanns med 2009 (Storgöteborg och Övriga Sverige). *Vänskap* som åker ur listan för Storgöteborg och Södra Sverige, återfinns som nr 7 i Storstockholm och 11 i Övriga Sverige. Storstockholm och Övriga Sverige har även *ödmjukhet* gemensamt. Södra Sverige och Storgöteborg har *respekt* gemensamt. *Omtanke* återfinns bara i Storgöteborg.

Storstockholm	Storgöteborg	Södra Sverige	Övriga Sverige
1. ärlighet	1. ärlighet	1. ärlighet	1. ärlighet
2. humor/glädje	2. familj	2. familj	2. humor/glädje
3. familj	3. humor/glädje	3. humor/glädje	3. familj
4. medkänsla	4. tar ansvar	4. ansvar	4. ansvar
5. ansvar	5. självständig	5. tar ansvar	5. medkänsla
6. tar ansvar	6. ansvar	6. medkänsla	6. tar ansvar
7. <u>vänskap</u>	7. medkänsla	7. positiv attityd	7. självständig
8. positiv attityd	8. omtanke	8. självständig	8. positiv attityd
9. rättvisa	9. respekt	9. respekt	9. ödmjukhet
10. <u>ödmjukhet</u>	10. rättvisa	10. rättvisa	10. rättvisa
			11. <u>vänskap</u>

Tabell 8: Personliga värderingar uppdelat på regioner

SMÅ SKILLNADER MELLAN ÅLDERSGRUPPER

Det finns hela fem värdeord, *humor/glädje, ärlighet, medkänsla, ansvar och tar ansvar*, som återfinns i samtliga åldersgruppers personliga värderingar. *Medkänsla* är nytt och *vänskap* och *familj* har fallit ifrån som ord som finns i alla åldersgrupper. *Familj* finns kvar hos samtliga förutom åldersgruppen <21 år. *Vänskap* finns kvar hos grupperna yngre än 41 samt äldre än 60. *Ambition* dyker i år upp, men endast hos de yngre grupperna <31 år.

Generositet finns bara hos ungdomarna och *lyhördhet* bara i den äldsta gruppen. Det alltför sällsynta värdeordet *ständigt lärande* kommer här med endast i gruppen för 41-50 åringar. *Omtanke* finns hos ådrarna 40-60 år. *Ekonomisk stabilitet* tycks dyka upp som värdeord ganska sent och är med från 50 år och uppåt. *Vänskap, självständig, respekt och positiv attityd* återfinns i fyra av sex åldersgrupper. Grupperna omfattande < 21 -åringarna respektive 51-60-åringar har med värdeordet *rättvisa* som beskrivning av sin personliga värdegrund

<21 år	21- 30 år	31-40 år	41-50 år	51-60 år	>61 år
1. humor/glädje	1. humor/glädje	1. familj	1. familj	1. ärlighet	1. ärlighet
2. ärlighet	2. ärlighet	2. ärlighet	2. ärlighet	2. ansvar	2. ansvar
3. vänskap	3. medkänsla	3. humor/glädje	3. humor/glädje	3. familj	3. familj
4. ambition	4. familj	4. tar ansvar	4. ansvar	4. humor/glädje	4. humor/glädje
5. medkänsla	5. ansvar	5. ansvar	5. medkänsla	5. medkänsla	5. medkänsla
6. självständig	6. vänskap	6. positiv attityd	6. tar ansvar	6. tar ansvar	6. tar ansvar
7. respekt	7. ödmjukhet	7. självständig	7. självständig	7. rättvisa	7. ekonomisk stabilitet
8. ansvar	8. respekt	8. medkänsla	8. positiv attityd	8. positiv attityd	8. vänskap
9. tar ansvar	9. tar ansvar	9. ödmjukhet	9. respekt	9. omtanke	9. lyhördhet
10. rättvisa	10. ambition	10. vänskap	10. omtanke	10. ekonomisk stabilitet	10. självständig
11. generositet			11. ständigt lärande	11. respekt	
12. positiv attityd					

Tabell 9: Personliga värden uppdelat på ålder

ÄRLIGHET, FAMILJ OCH ANSVAR PRIORITERAS HÖGT I ALLA NATIONER

Nationella mätningar av detta slag är ett nytt sätt att synliggöra länders kulturer. I jämförelse med länder som Buthan framkommer att man väljer andra ord för att beskriva sina personliga värderingar. I den här rapporten lämnar vi resonemanget om varför resultatet är så annorlunda för Buthan, och fokuserar på likheterna mellan de övriga länderna.

Honesty, family och *responsibility* återfinns i samtliga övriga länder som genomfört nationella mätningar. Värdeorden *humor/fun* och *friendship* finns i fem av sex övriga länder. *Positive attitude, caring* och *respect* finns hos fyra av sex. *Accountability* och *compassion* finns hos tre av de sex. *Honesty* och *humor/fun* är ord som svenskar värderar högre än någon annan nationalitet som ingår i jämförelsen.

SWEDEN 10	DANMARK 08	LATVIA 07	ICELAND 09	BELGIEN 09	USA 09	BUTHAN 07
Honesty	Family	Family	Family	Honesty	Family	Friendship
Family	Honesty	Children	Honesty	Respect	Caring	<i>Continuous learning</i>
Humor/fun	Humor/fun	Health	Responsibility	Friendship	Honesty	Compassion
Responsibility	Responsibility	Honesty	Accountability	Family	Humor/fun	<i>Caution</i>
Compassion	Positive attitude	Humor/fun	Financial stability	Caring	Compassion	Sincerity
Accountability	Friendship	Caring	Trust	Listening	Responsibility	Social justice
Independence	Caring	Adaptability	Friendship	Health	Friendship	<i>Self discipline</i>
Positive attitude	Fairness	Friendship	Positive attitude	Responsibility	Respect	Optimism
Fairness	Listening	Responsibility	Humor/fun	Trust	Accountability	Helpfulness
Respect	Cooperation	Compassion	Adaptability	Positive attitude	Independence	Caring
			Respect		Patience	

Tabell 10: Topp tio personliga värderingar i internationell jämförelse

ANSTÄLLDAS HÄLSA I FOKUS PÅ ÖNSKADE ARBETSPLATSEN 2010

Likheterna mellan 2009 års värdemätning och de resultat vi kan utläsa 2010 är stora. Jämför vi de värderingar som nu råder på våra arbetsplatser med resultatet 2009 är hela åtta värderingar fortsatt desamma.

Den skillnad som kan utläsas är att fokus under 2010 har flyttats från *kvalitet* och *effektivitet* och istället ersatts av *ärlighet* och *anpassningsbarhet*. Både *ärlighet* och *anpassningsbarhet* fanns starkt uttryckt redan i den önskade kulturen 2009 och återspeglas nu på arbetsplatser runt om i Sverige.

Tre värdeord är gemensamma och återkommer i de tre perspektiven; personliga värderingar, upplevd rådande arbetsplats och önskad framtida arbetsplats: *ärlighet*, *ansvar* och *humor/glädje*. Under 2009 var endast två värderingar gemensamma för samtliga de tre perspektiven och tillägget *ärlighet* 2010 innebär att de gemensamma nämnare som finns mellan dagens och morgondagens arbetsplats har stärkts något mot föregående år.

Jämför vi den rådande arbetskulturen med den önskade återfinns hela 6 matchningar i värdeorden *ansvar*, *lagarbete*, *humor/glädje*, *ärlighet*, *engagemang* och *anpassningsbara*. Samtliga 6 värdeord stärker arbetsplatsen och behöver bevaras för att arbetsplatsen skall utgöra en plats där människor presterar optimalt tillsammans. Utöver de värdeord som redan beskrivits så återfinns *kostnadsjakt*, *samarbete*, *målinriktad* och *byråkrati* på den rådande arbetsplatsen.

På den önskade arbetsplatsen rankas *anställdas hälsa* högst. Här återfinns ytterligare tre helt nya värdeord; *erkännande av anställda*, *öppen kommunikation* och *effektivitet*. Den största önskade förändringen återfinns inom *anställdas hälsa*, *ärlighet*, *erkännande av anställda*, *anpassningsbar* och *öppen kommunikation*. Dessa värderingar har den största ökningen mellan befintlig och önskad kultur.

Värt att notera är att effektivitet åter efterfrågas i den önskade kulturen och att varken ordet *kund* eller *kvalitet* nämns i något av perspektiven. Ord som handlar om *utveckling* och *förnyelse*, så som *ständigt lärande* och *innovation* saknas helt, både i den rådande och önskade kulturen.

Personliga värderingar	Rådande arbetsplats	Önskad arbetsplats
1. ärlighet	1. ansvar	1. anställdas hälsa
2. familj	2. lagarbete	2. ärlighet
3. humor/glädje	3. humor/glädje	3. ansvar
4. ansvar	4. kostnadsjakt	4. anpassningsbara
5. medkänsla	5. samarbete	5. humor/glädje
6. tar ansvar	6. ärlighet	6. engagemang
7. självständig	7. engagemang	7. erkännande av anställda
8. positiv attityd	8. målinriktad	8. lagarbete
9. rättvisa	9. byråkrati (L)	9. öppen kommunikation
10. respect	10. anpassningsbara	10. effektivitet

Tabell 11: Personliga värden, nuvarande och önskad arbetsplats

LÄGRE GRAD AV ENERGILÄCKAGE PÅ ARBETSPLATSEN ÄN I SAMHÄLLET SOM HELHET

Värdeordet *byråkrati* är ett potentiellt begränsade värdeord i den upplevda rådande kulturen på svenska arbetsplatser. *Byråkrati* behöver dock inte vara begränsande, utan kan vara ett uttryck för t.ex. ordning och struktur.

Det finns skillnader avseende nivån av energiläckage på den rådande arbetsplatsen. Snittet ligger på 17% för hela populationen. Detta är väsentligt lägre än rådande energiläckage i samhället som helhet (34%). Den största skillnaden inom den rådande arbetsplatsen återfinns mellan arbetsplatser inom offentlig och privat sektor där det skiljer hela 9

procentenheter, en ökning med 5 % sedan 2009. Arbetslösa upplever något lägre grad av energiläckage än anställda (12%). Även skillnaden mellan Stor Göteborg och Stor Stockholm är markant. Stor Göteborg har 8%-enheter högre nivå av energiläckage än vad som upplevs i Stor Stockholm. Här kan faktorer som förändringen inom Offentlig Sektor i form av Vårdvalet och Bilindustrins inverkan på arbetsplatser i Stor Göteborg ha påverkat resultaten för 2010.

Se tabellen nedan för en sammanställning av nivåer av energiläckage på den rådande arbetsplatsen utifrån ett antal demografiska urval.

Energiläckage – Rådande arbetsplats		
ARBETAR INOM:	Offentlig sektor	22%
	Privat sektor	13%
	Arbetslösa	12%
KÖN:	Kvinnor	16%
	Män	18%
FÖDELSELAND:	Födda i Sverige	17%
	Inte födda i Sverige	19%
REGION:	Stor Stockholm	13%
	Stor Göteborg	21%
	Södra Sverige	17%
	Övriga Sverige	17%
Riksnivå		17%

Tabell 12: Energiläckage på rådande arbetsplats

På arbetsplatsen vill människor bli sedda och bekräftade men också inbjudna att bidra och att samverka med andra.

Behovet av att bli sedda och bekräftade tar sin utgångspunkt i värdeorden: *anställdas hälsa, erkännande av anställda och öppen kommunikation*. Detta är grundläggande behov som behöver vara tillfredsställda för att man skall kunna utvecklas på och med sin arbetsplats.

Ansvar, anpassningsbara och lagarbete i den önskade kulturen är värdeord som beskriver en vilja att vara med och bidra på sin arbetsplats. Dessa värdeord är viktiga att fokusera på för att kunna ta sig vidare som organisation, särskilt i turbulenta tider. Människor vill vara med och bidra till att utveckla sin arbetsplats.

Det finns också en vilja att samverka på arbetsplatsen för ett gemensamt syfte. *Ärlighet, humor och glädje samt engagemang* är värdeord återfinns både på den rådande och på den önskade arbetsplatsen och som gynnar intern samverkan på en arbetsplats.

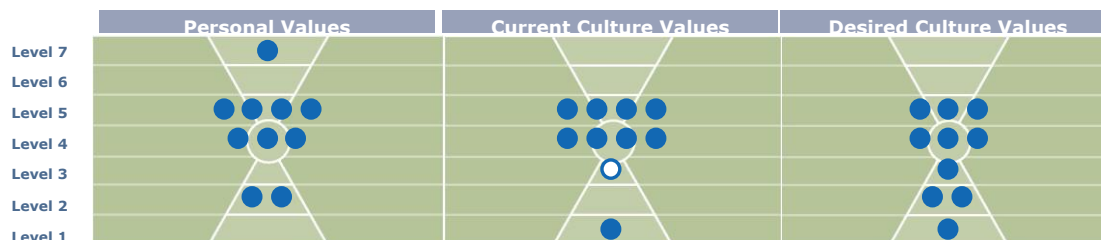
Endast ett värdeord rör prestation och det är *effektivitet*.

DET FINNS ETT STARKT INSLAG AV 'TRANSFORMATION' I RESULTATET MEN OCKSÅ ETT SUNT INSLAG AV 'DET GEMENSAMT GODA'.

I en CTT-mätning fördelas värdeorden på olika nivåer av medvetenhet. (Se inledande avsnitt för detaljer.) Nivån anges i procent fördelat på de olika begreppen *egen intresse, transformation och gemensamt goda*. Samtliga övergripande plots/kartor återfinns under APPENDIX.

Mätningen visar stark samstämmighet mellan personliga värderingar och det vi önskar på våra arbetsplatser. Det finns en strävan att förändra rådande kultur framförallt med fokus på *transformation och det gemensamt goda* d.v.s. nivå 4 samt 5 - 7. I och med att det finns så stor överensstämmelse mellan personliga värderingarna och den önskade

kulturen kommer människor att stödja det som ligger i linje med den förändringen. Dock verkar drivkrafter på nivå 6 och 7 d.v.s. ställningstagande rörande samhälls- och miljöengagemang samt socialt ansvarstagande och att verka för kommande generationer saknas både i den rådande kulturen och i den önskade.



Plot 1: CTT plot/karta avseende nivå på medvetenhet

KVINNOR OCH MÄN HAR EN GEMENSAM BILD AV RÅDANDE ARBETSPLATS

Män och kvinnor har en snarlik bild av rådande kultur på sin arbetsplats. Sex av tio personliga värderingar delas av både kvinnor och män. Dock finns vissa skillnader mellan könen.

I den rådande kulturen finns flera direkta matchningar i valda värdeord. Både män och kvinnor upplever att arbetsplatsen kännetecknas av: *ansvar, lagarbete, humor/glädje, målinriktad, kostnadsjakt och byråkrati*. Det som kvinnor väljer som värdeord skilt från män är: *engagemang, samarbete, ständigt lärande och etik*. Män har istället valt att fokusera *ärlighet, ekonomisk stabilitet, kvalitet och anpassningsbara*. Både kvinnor och män upplever *byråkrati* som potentiellt begränsande på rådande arbetsplats.

KVINNOR	MÄN
1. ansvar	1. ansvar
2. lagarbete	2. lagarbete
3. engagemang	3. ärlighet
4. humor/glädje	4. humor/glädje
5. samarbete	5. kostnadsjakt
6. målinriktad	6. ekonomisk stabilitet
7. ständigt lärande	7. kvalitet
8. kostnadsjakt	8. byråkrati (L)
9. byråkrati (L)	9. anpassningsbara
10. etik	10. målinriktad

Tabell 13: Kvinnor och mäns upplevda rådande kultur på arbetsplatsen

I den önskade kulturen dominerar matchningarna mellan hur kvinnor och män upplever arbetsplatsen. 7 av 10 ord förenar kvinnor och män med fokus på *ansvar, anställdas hälsa, ärlighet, humor och glädje, engagemang, anpassningsbara, humor/glädje och erkännande av anställda*. Vi kan konstatera att män och kvinnor har en gemensam bild av vad som är väsentligt på en arbetsplats där man presterar optimalt.

Kvinnor skiljer sig med tre värdeord, *öppen kommunikation, medarbetarengagemang och gemensam vision*. Fokus ligger på människors förmåga att samverka på arbetsplatsen.

De värdeord som är unika för män har fokus på: *lagarbete, effektivitet och ekonomisk stabilitet*.

KVINNOR	MÄN
1. anställdas hälsa	1. ärlighet
2. ansvar	2. anställdas hälsa
3. ärlighet	3. ansvar
4. anpassningsbara	4. anpassningsbara
5. engagemang	5. humor/glädje
6. erkännande av anställda	6. lagarbete
7. öppen kommunikation	7. effektivitet
8. humor/glädje	8. erkännande av anställda
9. medarbetarengagemang	9. ekonomisk stabilitet
10. gemensam vision	10. engagemang

Tabell 14: Kvinnor och mäns önskade kultur på arbetsplatsen

PRIVAT VERKSAMHET PRÄGLAS AV AFFÄREN, OFFENTLIG AV DET STÖRRE UPPDRAGET

Det finns mätbara skillnader i hur anställda i privat och offentlig sektor uppfattar värdegrunden på sin arbetsplats. I privata verksamheter finns en värdegrund som synliggör affären. Värdeord som *ekonomisk stabilitet*, *kvalitet*, *vinst* och *produktivitet* finns med på topp 10 listan. I offentlig sektor återfinns fler värdeord som markerar "det större uppdraget" såsom *lagarbete*, *samarbete* och *etik*. Den finns fem matchningar mellan privat och offentlig sektor: *ansvar*, *lagarbete*, *kostnadsjakt*, *humor/glädje* och *målinriktad*.

Graden av energiläckage är betydligt högre i den offentliga sektorn (22%) jämfört med privat sektor (13%). De tre potentiellt begränsande värdeorden som lyfts i den offentliga sektorn är framförallt *byråkrati* men även *hierarki* och *förvirring*. Framträdande värderingar på den offentliga arbetsplatsen är *ansvar*, *lagarbete*, *samarbete*, *engagemang* och *etik*. Inom den privata sektorn ligger fokus på *ansvar* och *lagarbete* men också på *ekonomisk stabilitet*, *anpassningsbarhet*, *vinst* och *produktivitet*. Anmärkningsvärt är att vare sig kund eller brukare finns med vare sig inom privat eller offentlig sektor.

Offentligt anställd	Privat anställd
1. byråkrati (L)	1. ansvar
2. ansvar	2. lagarbete
3. lagarbete	3. kostnadsjakt
4. samarbete	4. humor/glädje
5. kostnadsjakt	5. ekonomisk stabilitet
6. hierarki (L)	6. kvalitet
7. förvirring (L)	7. anpassningsbara
8. engagemang	8. ärlighet
9. humor/glädje	9. vinst
10. etik	10. målinriktad
11. målinriktad	11. produktivitet

Tabell 15: Rådande kultur på offentliga och privata arbetsplatser

Den önskade kulturen har sju matchningar mellan offentliga och privata arbetsplatser. De värderingar som är gemensamma fokuserar på att vara sedd och synliggjord och tar sig starkt uttryck i t.ex. *anställdas hälsa* och *erkännande av anställda*. Mellanmänniska värderingar som *humor/glädje*, *ansvar* och *ärlighet* finns både inom offentlig som privat sektor.

Det som särskiljer den offentliga arbetsplatsen är strävan efter *gemensam vision, medarbetarengagemang* och *samarbete*. De privata arbetsplatserna fokuserar däremot på *effektivitet, lagarbete, ekonomisk stabilitet* och *öppen kommunikation*.

Offentligt anställd	Privat anställd
1. anställdas hälsa	1. ärlighet
2. anpassningsbara	2. anställdas hälsa
3. ansvar	3. ansvar
4. ärlighet	4. anpassningsbara
5. erkännande av anställda	5. humor/glädje
6. engagemang	6. erkännande av anställda
7. humor/glädje	7. lagarbete
8. medarbetarengagemang	8. effektivitet
9. gemensam vision	9. engagemang
10. samarbete	10. ekonomisk stabilitet
	11. Öppen kommunikation

Tabell16: Önskad kultur på offentliga och privata arbetsplatser

DEN UPPLEVDA KULTUREN PÅ ARBETSPLATSER SKILJER SIG PER REGION

Endast två värdeord finns i samtliga fyra regioners upplevelse av sin nuvarande arbetsplats: *ansvar* och *humor/glädje*. Vidgas sökningen till tre matchande regioner, tillkommer ytterligare fem värdeord: *ärlighet, effektivitet, engagemang, byråkrati (L) och hierarki (L)*. *Byråkrati och hierarki* som potentiellt begränsande värdeord återfinns i alla regioner utom Storstockholm. Värt att notera är att Storstockholm har lägst grad av energiläckage (13%) och har inga potentiellt begränsande värdeord i sin 10-topp lista medan Storgöteborg har högst grad av energiläckage (21%) och fyra begränsande värdeord i 10-topp listan.

Storstockholm	Storgöteborg	Södra Sverige	Övriga Sverige
1. anställdas hälsa	1. lagarbete	1. ansvar	1. ansvar
2. ärlighet	2. humor/glädje	2. lagarbete	2. lagarbete
3. humor/glädje	3. ansvar	3. humor/glädje	3. kostnadsjakt
4. ansvar	4. kortsiktighet (L)	4. samarbete	4. humor/glädje
5. effektivitet	5. byråkrati (L)	5. kostnadsjakt	5. ärlighet
6. engagemang	6. effektivitet	6. ärlighet	6. byråkrati (L)
7. anpassningsbara	7. anpassningsbara	7. målinriktad	7. målinriktad
8. öppen kommunikation	8. kostnadsjakt	8. engagemang	8. engagemang
9. erkännande av anställda	9. etik	9. byråkrati (L)	9. kvalitet
10. gemensam vision	10. förvirring (L)	10. tar ansvar	10. hierarki (L)
	11. hierarki (L)	11. effektivitet	
	12. resultatorientering	12. hierarki (L)	

Tabell 17: Rådande arbetsplatskultur per region

Sju värdeord, för den önskade kulturen på arbetsplatsen, delas av samtliga fyra regioner. Önskan om *öppen kommunikation* finns i samtliga utom Övriga Sverige. Längtan efter *gemensam vision* finns i både Stockholmsområdet och Övriga Sverige. *Ekonomisk stabilitet* finns i Södra Sverige och i Övriga Sverige. Stor Göteborg önskar mer *kvalitet* och *respekt* på arbetsplatsen. I samtliga fyra regioner finns fokus på *anställdas hälsa*.

Storstockholm	Storgöteborg	Södra Sverige	Övriga Sverige
1. anställdas hälsa	1. anställdas hälsa	1. ärlighet	1. anställdas hälsa
2. ärlighet	2. ansvar	2. ansvar	2. ärlighet
3. humor/glädje	3. ärlighet	3. anställdas hälsa	3. ansvar
4. ansvar	4. anpassningsbara	4. anpassningsbara	4. anpassningsbara
5. effektivitet	5. humor/glädje	5. erkännande av anställda	5. humor/glädje
6. engagemang	6. engagemang	6. humor/glädje	6. engagemang
7. anpassningsbara	7. erkännande av anställda	7. lagarbete	7. ekonomisk stabilitet
8. öppen kommunikation	8. öppen kommunikation	8. engagemang	8. lagarbete
9. erkännande av anställda	9. kvalitet	9. ekonomisk stabilitet	9. erkännande av anställda
10. gemensam vision	10. respekt	10. öppen kommunikation	10. gemensam vision

Tabell 18: Önskad arbetsplatskultur per region

BETYDANDE SKILLNADER MELLAN ÅLDERSGRUPPERS BILDER AV ARBETSPLATSENS KULTUR

Till skillnad från bilden av den rådande samhällskulturen (se kommande avsnitt), finns det betydande skillnader mellan de olika åldersgruppernas syn på arbetsplatsen. Endast värdeorden *ansvar* och *humor/glädje* finns hos samtliga åldersgrupper. *Lagarbete* återfinns hos samtliga förutom <21 år. *Samarbete* finns hos alla utom 21-30 åringar. Värt att notera är att 41-50 åringar har den högsta graden av energiläckage med tre värdeord som är potentiellt begränsande; *byråkrati*, *förvirring* och *kontroll*. *Hierarki* återfinns hos 21-30 åringarna, *byråkrati* och *hierarki* hos 31-40 åringarna, medan *förvirring* återfinns hos 51-60-åringarna. Lägst grad av energiläckage har åldersgruppen <21 år samt >61 år.

<21 år	21- 30 år	31-40 år	41-50 år	51-60 år	>61 år
1. ansvar	1. målinriktad	1. lagarbete	1. ansvar	1. ansvar	1. ansvar
2. effektivitet	2. lagarbete	2. ansvar	2. kostnadsjakt	2. lagarbete	2. ärlighet
3. humor/glädje	3. engagemang	3. humor/glädje	3. lagarbete	3. humor/glädje	3. humor/glädje
4. respekt	4. ansvar	4. målinriktad	4. byråkrati (L)	4. ärlighet	4. engagemang
5. jämlikhet	5. anpassningsbara	5. samarbete	5. förvirring (L)	5. kostnadsjakt	5. anpassningsbara
6. ärlighet	6. ständigt lärande	6. byråkrati (L)	6. ständigt lärande	6. samarbete	6. samarbete
7. samarbete	7. humor/glädje	7. kvalitet	7. samarbete	7. förvirring (L)	7. positiv attityd
8. tar ansvar	8. prestation	8. kostnadsjakt	8. engagemang	8. engagemang	8. målinriktad
9. målinriktad	9. jämlikhet	9. anpassningsbara	9. humor/glädje	9. ekonomisk stabilitet	9. ekonomisk stabilitet
10. personlig utveckling	10. effektivitet	10. hierarki (L)	10. kontroll (L)	10. kvalitet	10. etik
	11. hierarki (L)	11. ärlighet	11. etik	11. gemensamma värderingar	11. socialt ansvarstagande
	12. kvalitet	12. gemensamma värderingar			12. lagarbete

Tabell 19: Åldersgruppers upplevda rådande arbetsplatskultur

Den önskade kulturen på Sveriges arbetsplatser omfattar fler matchningar. Fem värdeord återfinns hos samtliga åldersgrupper; *ärlighet, anställdas hälsa, humor/glädje, anpassningsbara och ansvar*. *Erkännande av anställda och engagemang* återfinns hos fem av sex åldersgrupper. Fyra av sex åldersgrupper tar upp *lagarbete*. *Öppen kommunikation* och *effektivitet* prioriteras i den önskade arbetsplatskulturen hos hälften av åldersgrupperna. Den yngsta åldersgruppen <21 år efterfrågar lärande i form av *coaching och mentorskap* samt *personlig utveckling*.

<21 år	21- 30 år	31-40 år	41-50 år	51-60 år	>61 år
1. ansvar	1. anställdas hälsa	1. anställdas hälsa	1. anställdas hälsa	1. anställdas hälsa	1. ärlighet
2. ärlighet	2. ärlighet	2. ansvar	2. ärlighet	2. ansvar	2. ansvar
3. anställdas hälsa	3. ansvar	3. ärlighet	3. anpassningsbara	3. ärlighet	3. anställdas hälsa
4. respekt	4. anpassningsbara	4. humor/glädje	4. ansvar	4. anpassningsbara	4. anpassningsbara
5. anpassningsbara	5. humor/glädje	5. lagarbete	5. effektivitet	5. engagemang	5. engagemang
6. humor/glädje	6. erkännande av anställda	6. anpassningsbara	6. erkännande av anställda	6. erkännande av anställda	6. erkännande av anställda
7. positiv attityd	7. lagarbete	7. gemensam vision	7. öppen kommunikation	7. humor/glädje	7. humor/glädje
8. entusiasm	8. engagemang	8. engagemang	8. humor/glädje	8. medarbetar engagemang	8. lagarbete
9. coaching/ mentorskap	9. effektivitet	9. balans hem/arbete	9. lagarbete	9. öppen kommunikation	9. ekonomisk stabilitet
10. jämlikhet	10. öppen kommunikation	10. erkännande av anställda	10. engagemang	10. effektivitet	10. positiv attityd
11. ekonomisk stabilitet	11. gemensam vision	11. kvalitet	11. gemensam vision		
12. personlig utveckling					

Tabell 20: Önskad arbetsplatskultur fördelat per ålder

RESULTAT SVERIGE 2010+: SAMHÄLLETS VÄRDERINGAR

SVENSKARNA VÄRDERAR DEMOKRATI OCH DET GEMENSAMT GODA I DAGENS SAMHÄLLE HÖGT

46% av Sveriges befolkning anser att *yttrandefrihet* är det mest karakteristiska värderingen i vårt samhälle.

De andra positiva värdena *fred*, *miljömedvetenhet*, *demokratiska processer* och *mänskliga rättigheter* tyder på ett fokus på ständig förnyelse och angelägenhet för att tjäna andra och det större goda vilket kan anses beskriva vårt samhälles fundament.

De potentiellt begränsande värdeorden *byråkrati*, *arbetslöshet*, *resursslöseri*, *skyller på varandra* och *osäkerhet inför framtiden* visar att bristen på företagsamhet och handlingskraft väsentligt påverkar människors vardag där svenskarna anser att de mest grundläggande behoven inte uppfylls.

Rådande samhälle	Önskat samhälle
1. yttrandefrihet	1. arbetstillfällen
2. byråkrati (L)	2. ekonomisk stabilitet
3. arbetslöshet (L)	3. ansvar för kommande generationer
4. fred	4. ärlighet
5. resursslöseri (L)	5. bevara naturen
6. miljömedvetenhet	6. omsorg om de äldre
7. demokratiska processer	7. omsorg om de utsatta
8. skyller på varandra (L)	8. livskvalitet
9. mänskliga rättigheter	9. rättvisa
10. ovisshet om framtiden (L)	10. fred

Tabell 21: Rådande och önskade samhällsvärderingar

SVENSKARNA SÖKER STABILITET, TRYGGHET OCH LÅNGSIKTIGT ANSVAR

Riktas blicken framåt till det önskade samhället, visar detta att människor vill höja levnadsstandarden genom att skapa *arbetstillfällen* och *ekonomisk stabilitet*. Svenskarna ser ett behov av att erbjuda bättre *omsorg för de utsatta* och den *äldre generationen* och att utveckla strategier som positivt kommer att påverka kommande generationer. Vi tycks önska ett samhälle med ledare som är *ärliga* och *rättvisa*. Se tabell 21.

ENERGILÄCKAGET HAR ÖKAT

Fyra av de tio värdeord som svensken använder för att beskriva nuvarande samhälle kan ses som potentiellt begränsande för samhällets utveckling (begreppet som CTT använder i dessa sammanhang är kulturell entropi, fritt översatt till energiläckage). Riksgenomsnittet på entropi ligger på 34%, vilket tyder på flertalet begränsande faktorer i det svenska samhällets värdegrund. Motsvarande grad av entropi ligger i USA på 56% (januari 2009) och Island 54% (augusti 2008), vilket anses vara alarmerande höga nivåer. I sammanhanget kan det nämnas att Danmark har en lägre nivå av entropi på bara 21%.

Högt upp på listan av potentiellt begränsande värdeord i Sveriges värderingar 2010 kommer *byråkrati, arbetslöshet, resursslöseri, skyller på varandra* och *ovisshet om framtiden*. Likväl kan man utläsa en vilja till förändring och missnöje med dagens situation. Denna slutsats stärks av vad man önskar av morgondagens samhälle. Som det viktigaste orden lyfter svensken fram *arbetstillfällena* och *ekonomisk stabilitet*. Se tabell 22.

Om man gör en mer detaljerad uppdelning syns en lite lägre grad av entropi inom det privata näringslivet än inom offentlig sektor. Det är 3 procentenheters skillnad mellan män och kvinnor men inga skillnader finns beroende på om man är född i Sverige eller inte. Åldersmässigt visar trenden att ju äldre svensken blir desto mer entropi finns där. Storstockholm visar på lägre entropi än de andra regionerna samt riksgenomsnittet, vilket troligen avspeglar hur den vikande konjunkturen under hela 2009 slog med varierad styrka mot olika regioner.

Entropi/Energiläckage		2010	2009
ARBETAR INOM	Offentlig sektor	33%	29%
	Privat sektor	36%	33%
FÖDD I SVERIGE	Ja	34%	i.u.
	Nej	34%	i.u.
KÖN	Kvinnor	33%	30%
	Män	36%	32%
ÅLDER	< 20	22%	i.u.
	20-30	28%	30%
	31-40	32%	33%
	41-50	35%	31%
	51-60	42%	37%
	61+	38%	27%
REGION	Storstockholm	31%	26%
	Storgöteborg	36%	29%
	Södra Sverige	34%	33%
	Övriga Sverige	37%	33%
Riksnivå		34%	31%

Tabell 22: Energiläckagenivåer

FÅ SKILLNADER MELLAN KÖNEN

I den rådande upplevda samhällskulturen finns hela åtta värdeord som män och kvinnor delar. Kvinnor rankar de två positiva värdena *utbildningsmöjligheter* och *mänskliga rättigheter* i den rådande kulturen medan männen rankar de två potentiellt begränsande värdena *skyller på varandra* och *centralstyrning*.

KVINNOR	MÄN
1. yttrandefrihet	1. byråkrati (L)
2. arbetslöshet (L)	2. yttrandefrihet
3. byråkrati (L)	3. fred
4. fred	4. arbetslöshet (L)
5. miljömedvetenhet	5. skyller på varandra (L)
6. resursslöseri (L)	6. demokratiska processer
7. utbildningsmöjligheter	7. resursslöseri (L)
8. mänskliga rättigheter	8. ovisshet om framtiden (L)
9. demokratiska processer	9. miljömedvetenhet
10. ovisshet om framtiden (L)	10. centralstyrning (L)

Tabell 23: Rådande samhällskultur fördelat på kön

I den önskade kulturen på samhällsnivå väljer inte män och kvinnor exakt samma ord men väl på tematisk nivå. Sex värdeord är desamma för både män och kvinnor. På tematisk nivå värdesätter kvinnor och män samma saker men uttrycker det lite olika. Kvinnor väljer ord som *jämlikhet*, *fred*, *mänskliga rättigheter* medan män väljer *långsiktighet*, *demokratiska processer*. Kvinnor ger starkare uttryck för *omsorg om både utsatta och äldre* medan männen väljer att fokusera på *livskvalitet* och *effektiv statsförvaltning*.

KVINNOR	MÄN
1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen
2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet
3. ansvar för kommande generationer	3. ärlighet
4. omsorg om de äldre	4. ansvar för kommande generationer
5. omsorg om de utsatta	5. bevara naturen
6. bevara naturen	6. livskvalitet
7. ärlighet	7. effektiv statsförvaltning
8. mänskliga rättigheter	8. omsorg om de äldre
9. fred	9. långsiktighet
10. jämlikhet	10. demokratiska processer

Tabell 24: Önskad samhällskultur uppdelat på kön

PRIVAT OCH OFFENTLIGT ANSTÄLLDA SER LIKA PÅ RÅDANDE OCH ÖNSKAD SAMHÄLLSKULTUR

Oavsett om man arbetar i privat eller i offentlig sektor har man en gemensam bild av den rådande kulturen i samhället. Av tabell 25 framgår att hela 8 ord är direkta matchningar. Endast *utbildningsmöjligheter* och *mångfald* från den offentligt anställda och *skyller på varandra* och *ovisshet om framtiden* från den privat anställda skiljer grupperna åt.

OFFENTLIGT ANSTÄLLD	PRIVAT ANSTÄLLD
1. vttrandefrihet	1. bvråkrati (L)
2. bvråkrati (L)	2. vttrandefrihet
3. arbetslöshet (L)	3. fred
4. fred	4. arbetslöshet (L)
5. miljömedvetenhet	5. resursslöseri (L)
6. demokratiska processer	6. skyller på varandra (L)
7. resursslöseri (L)	7. miljömedvetenhet
8. utbildningsmöjligheter	8. demokratiska processer
9. mänskliga rättigheter	9. mänskliga rättigheter
10. mångfald	10. ovisshet om framtiden (L)

Tabell 25: Rådande samhällskultur uppdelat på privat och offentligt anställda

Även i den önskade kulturen på samhälls nivå finns det stora likheter bland offentligt och privat anställda med 7 likadana värderingar. Den offentligt anställda vill bära med sig *omsorg för de utsatta*, *mänskliga rättigheter*, *fred* och *demokratiska processer* in i framtidens samhällskultur. Privat anställda önskar ökat fokus på *rättvisa*, *pålitlig samhällsservice* samt *långsiktighet*.

OFFENTLIGT ANSTÄLLD	PRIVAT ANSTÄLLD
1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen
2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet
3. ansvar för kommande generationer	3. ansvar för kommande generationer
4. bevara naturen	4. ärlighet
5. omsorg om de äldre	5. omsorg om de äldre
6. omsorg om de utsatta	6. bevara naturen
7. ärlighet	7. livskvalitet
8. mänskliga rättigheter	8. rättvisa
9. fred	9. pålitlig samhällsservice
10. demokratiska processer	10. långsiktighet
11. livskvalitet	

Tabell 26: Önskad samhällskultur uppdelat på privat och offentligt anställda

UPPDELNING AV SAMHÄLLETS VÄRDERINGAR PER REGION

Sju värdeord delas av samtliga regioners bild av den rådande samhällskulturen. Värdeordet *skyller på varandra* finns hos samtliga regioner utom i Storstockholm. *Ovisshet om framtiden* syns i Södra Sverige och Övriga Sverige. Endast Storstockholm ser *mångfald* i den rådande samhällskulturen och i enbart Storgöteborg syns *materialistiskt* samt *centralstyrning*.

Storstockholm	Storgöteborg	Södra Sverige	Övriga Sverige
1. yttrandefrihet	1. yttrandefrihet	1. byråkrati (L)	1. arbetslöshet (L)
2. fred	2. byråkrati (L)	2. yttrandefrihet	2. byråkrati (L)
3. byråkrati (L)	3. arbetslöshet (L)	3. arbetslöshet (L)	3. yttrandefrihet
4. demokratiska processer	4. resursslöseri (L)	4. fred	4. fred
5. arbetslöshet (L)	5. skyller på varandra (L)	5. resursslöseri (L)	5. skyller på varandra (L)
6. mångfald	6. demokratiska processer	6. utbildningsmöjligheter	6. miljömedvetenhet
7. resursslöseri (L)	7. materialistiskt (L)	7. skyller på varandra (L)	7. ovisshet om framtiden (L)
8. mänskliga rättigheter	8. centralstyrning (L)	8. miljömedvetenhet	8. mänskliga rättigheter
9. miljömedvetenhet	9. miljömedvetenhet	9. demokratiska processer	9. resursslöseri (L)
10. utbildningsmöjligheter	10. fred	10. ovisshet om framtiden (L)	10. demokratiska processer

Tabell 27: Rådande samhällskultur fördelat på region

I den önskade samhällskulturen har alla regioner sex gemensamma värdeord, se tabell 28. Fokus ligger med klar dominans på *arbetstillfällen*, *ekonomisk stabilitet*, ansvar för *kommande generationer* samt *bevara naturen*. Alla regioner önskar också *omsorg för de äldre* men *omsorg för de utsatta* är gemensamt för alla regionerna utom i Storstockholm. *Mänskliga rättigheter* återfinns i Storstockholm och i Södra Sverige medan *rättvisa* återfinns i de andra två regionerna.

Storstockholm	Storgöteborg	Södra Sverige	Övriga Sverige
1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen
2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet
3. ansvar för kommande generationer	3. ärlighet	3. ansvar för kommande generationer	3. ansvar för kommande generationer
4. fred	4. ansvar för kommande generationer	4. bevara naturen	4. omsorg om de äldre
5. bevara naturen	5. omsorg om de äldre	5. ärlighet	5. ärlighet
6. ärlighet	6. rättvisa	6. livskvalitet	6. bevara naturen
7. omsorg om de äldre	7. omsorg om de utsatta	7. omsorg om de äldre	7. omsorg om de utsatta
8. mänskliga rättigheter	8. jämlikhet	8. omsorg om de utsatta	8. rättvisa
9. miljömedvetenhet	9. bevara naturen	9. fred	9. långsiktighet
10. yttrandefrihet	10. demokratiska processer	10. mänskliga rättigheter	10. social rättvisa

Tabell 28: Önskad samhällskultur fördelat på regioner

FÅ SKILLNADER I UPPEVD OCH ÖNSKAD SAMHÄLLSKULTUR MELLAN ÅLDERSGRUPPER

I den upplevda rådande samhällskulturen är det tre värdeord som förenar samtliga åldersgrupper: *fred*, *yttrandefrihet* och *arbetslöshet*. *Byråkrati* och *mänskliga rättigheter* återfinns bland alla utom <20-åringarna medan *demokratiska processer* finns hos alla utom 51-60-åringarna. Alla grupper innehåller teman som har med hållbarhet och rättvisa att göra. *Ovisshet om framtiden* återfinns hos de tre äldsta grupperna (41-50, 51-60 och 61+) samt *centralstyrning* finns hos de två äldsta grupperna (51-60 och 61+). Upplevelsen att *familjen* och *jämlikhet* är rådande i samhället idag återfinns hos de två yngsta grupperna (<20 och 21-30). De värdeord som är specifikt för olika grupper är *bevara naturen* och *välstånd* (<20), *materialistiskt* (51-60), *tradition* (21-30).

<20 år	20- 30 år	31-40 år	41-50 år	51-60 år	61+ år
1. fred	1. yttrandefrihet	1. byråkrati (L)	1. yttrandefrihet	1. arbetslöshet (L)	1. byråkrati (L)
2. yttrandefrihet	2. fred	2. arbetslöshet (L)	2. byråkrati (L)	2. byråkrati (L)	2. yttrandefrihet
3. jämlikhet	3. byråkrati (L)	3. yttrandefrihet	3. fred	3. yttrandefrihet	3. arbetslöshet (L)
4. familj	4. arbetslöshet (L)	4. fred	4. arbetslöshet (L)	4. resursslöseri (L)	4. fred
5. demokratiska processer	5. miljömedvetenhet	5. miljö-medvetenhet	5. demokratiska processer	5. fred	5. skyller på varandra (L)
6. arbetslöshet (L)	6. mångfald	6. utbildnings - möjligheter	6. resursslöseri (L)	6. skyller på varandra (L)	6. ovisshet om framtiden (L)
7. välstånd	7. utbildnings- möjligheter	7. resursslöseri (L)	7. miljömedvetenhet	7. ovisshet om framtiden (L)	7. resursslöseri (L)
8. skyller på varandra (L)	8. demokratiska processer	8. demokratiska processer	8. utbildnings- möjligheter	8. centralstyrning (L)	8. demokratiska processer
9. miljömedvetenhet	9. mänskliga rättigheter	9. mångfald	9. mänskliga rättigheter	9. mänskliga rättigheter	9. mänskliga rättigheter
10. bevara naturen	10. skyller på varandra (L)	10. mänskliga rättigheter	10. ovisshet om framtiden (L)	10. materialistiskt (L)	10. centralstyrning (L)
	11. jämlikhet				
	12. familj				
	13. tradition (L)				

Tabell 29: Upplevd rådande samhällskultur per åldersgrupp

De fyra värdeorden *arbetstillfällen*, *ansvar för kommande generationer*, *ärlighet* och *ekonomisk stabilitet* finns som direkta matchningar för samtliga åldersgrupper i den önskade samhällskulturen. Noterbart är att dessa ord ligger på top 3 för alla utom för <20-åringarna, se tabell 20. Enbart <20-åringarna är de som inte uttryckt ett fokus på *omsorg om de äldre*. Detsamma gäller hos 21-30-åringarna där *bevara naturen* inte finns med. Teman som *hållbarhet* och *rättvisa* återfinns även i den önskade kulturen fast uttrycks med olika värdeord. *Omsorg för de utsatta* (41-50 och 51-60) och *pålitlig samhällsservice* (51-60 och 61+) återfinns hos de äldre grupperna. I de äldre grupperna återfinns specifika ord som *demokratiska processer* och *effektiv statsförvaltning* (61+) samt *social rättvisa* (51-60) medan de yngre väljer ord som *miljömedvetenhet* (21-30), *yttrandefrihet*, *engagemang* och *respekt* (<20). I undersökningen har gruppen <20 en låg svarsfrekvens med endast 44 svarande så den statistiska säkerheten kan vara något ensidig jämfört med en större svarsfrekvens.

<20 år	20- 30 år	31-40 år	41-50 år	51-60 år	61+ år
1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen	1. arbetstillfällen
2. ärlighet	2. ansvar för kommande generationer	2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet
3. engagemang	3. ekonomisk stabilitet	3. ansvar för kommande generationer	3. ansvar för kommande generationer	3. ansvar för kommande generationer	3. ansvar för kommande generationer
4. yttrandefrihet	4. miljömedvetenhet	4. bevara naturen	4. omsorg om de äldre	4. ärlighet	4. omsorg om de äldre
5. bevara naturen	5. jämlikhet	5. ärlighet	5. bevara naturen	5. omsorg om de äldre	5. bevara naturen
6. respekt	6. ärlighet	6. livskvalitet	6. livskvalitet	6. bevara naturen	6. ärlighet
7. ekonomisk stabilitet	7. mänskliga rättigheter	7. fred	7. omsorg om de utsatta	7. omsorg om de utsatta	7. demokratiska processer
8. mänskliga rättigheter	8. omsorg om de äldre	8. omsorg om de äldre	8. rättvisa	8. pålitlig samhällsservice	8. pålitlig samhällsservice
9. ansvar för kommande generationer	9. långsiktighet	9. jämlikhet	9. långsiktighet	9. livskvalitet	9. effektiv statsförvaltning
10. fred	10. rättvisa	10. mänskliga rättigheter	10. ärlighet	10. social rättvisa	10. fred
			11. fred		

Tabell 30: Önskad kultur i samhället uppdelat i ålder

INGEN STOR SKILLNAD OM DU ÄR FÖDD I SVERIGE ELLER EJ

De åtta första värdeorden är samma för personer födda i Sverige eller ej, och återges i tabell xx. Det som skiljer är att de som ej är födda i Sverige upplever värden som *kortsiktighet*, *materialistiskt* och *bevara naturen* karaktäriserar värden i Sverige idag. De som är födda i Sverige har valt *mänskliga rättigheter* och *ovisshet om framtiden* som värdeord.

FÖDDA I SVERIGE	EJ FÖDDA I SVERIGE
1. yttrandefrihet	1. byråkrati (L)
2. byråkrati (L)	2. fred
3. arbetslöshet (L)	3. arbetslöshet (L)
4. fred	4. yttrandefrihet
5. resursslöseri (L)	5. resursslöseri (L)
6. miljömedvetenhet	6. skyller på varandra (L)
7. demokratiska processer	7. demokratiska processer
8. skyller på varandra (L)	8. miljömedvetenhet
9. mänskliga rättigheter	9. kortsiktighet (L)
10. ovisshet om framtiden (L)	10. materialistiskt (L)

Tabell 31: Upplevd samhällskultur uppdelat på om man är född i Sverige eller ej

Den samhällskultur som önskas gemensamt är *arbetstillfällena* och *stabil ekonomi, ansvar för kommande generationer, omsorg för både de utsatta och för de äldre* samt att vara *ärliga*. De som är födda i Sverige vill ha bättre *livskvalitet, rättvisa, fred* och *bevara naturen* som ytterligare viktigt fokus i framtiden. Personer som ej är födda i Sverige har ett tydligare fokus på *mänskliga rättigheter, pålitlig samhällsservice, demokratiska processer* och *jämlikhet*.

FÖDDA I SVERIGE	EJ FÖDDA I SVERIGE
1. arbetstillfällena	1. arbetstillfällena
2. ekonomisk stabilitet	2. ekonomisk stabilitet
3. ansvar för kommande generationer	3. ansvar för kommande generationer
4. ärlighet	4. ärlighet
5. bevara naturen	5. omsorg om de äldre
6. omsorg om de äldre	6. omsorg om de utsatta
7. omsorg om de utsatta	7. mänskliga rättigheter
8. livskvalitet	8. pålitlig samhällsservice
9. rättvisa	9. demokratiska processer
10. fred	10. jämlikhet

Tabell 32: Önskad samhällskultur uppdelat på om man är född i Sverige eller ej

För att sätta tonen i detta avslutande kapitel för Sverige 2010+ och **stimulera till en fortsättning hos de många människorna** vill vi citera Maragret Mead: *Tvivla aldrig på att en liten grupp människor kan förändra världen. Det är faktiskt det enda som någonsin har fungerat!*

Att göra en studie av Sveriges kultur och värdegrund även om det är för andra året i rad, gör ingen större skillnad. Det vill säga om den inte används, pratas om och reflekteras över. Vi är mycket väl medvetna om att ord betyder olika sak för olika människor, och det är just det som är poängen. Att skapa gemensam mening om vad ord betyder för olika människor är kärnan i dialogen. Tack vare Sverige 2010+ har vi nu ett underlag för att bygga ett språk och en karta som beskriver både vilka vi är, vart vill tillsammans, vad som är viktigt och viktigast för oss! Men om inte dialogen kommer tillstånd, blir det bara just vad det är idag; ord på ett papper utan mening och betydelse!

Vår strävan är synliggöra det språk som finns inom var och en av oss och ge det till alla som vill vara en del av förverkliga det samhälle och de arbetsplatser som vi gemensamt strävar efter. Vi hoppas också ha tänt ljuset på fläckar som varit grumliga eller rent av okända för oss. Värdet av studien ligger inte de svar som skapas av tabeller och listor på vilka ord som är viktiga och viktigast för oss svenskar, utan framförallt de frågor vi börjar ställa oss. Energien finns inte i svaren utan i frågorna!

Det finns hundratals frågor inbäddade i materialet. Vi har bara tagit fram några av dem. Vi vill uppmana alla som tar del av Sverige 2010+ att samlas och föra dialogen om vad orden betyder för oss och vad vi både vill och är beredda att göra för att komma till förverkliga vår önskade kultur. Det råder ingen tvekan om att om vi varken är medvetna om eller motiverade att arbeta med att utveckla värderingar som ligger i linje med det vi tillsammans ser framför oss kommer ingenting att hända. Det blir enbart ord men ingen samlad handling.

Vår vilja att vara till hjälp uttrycks bland annat i vår strävan att dela med oss av alla resultat som vi ser, det gjorde vi redan 2009. I år vill vi även skapa en arbetsbok med förslag på både frågor, design av dialoger och metoder för att hjälpa människor att uttrycka sin medvetenhet och skapa delaktighet. Du får gärna vara med och bidra till denna arbetsbok. Hör då av dig till någon av oss initiativtagare till Sverige 2010+.

Nedan följer en kortfattad beskrivning av hur sådana dialoger kan läggas upp och vilka frågor som kan vara bra att börja med. Vill du ha en mer omfattande hjälp så kommer vi inom kort att presentera en arbetsbok som mer i detalj beskriver bland annat design och metoder för medskapande dialog som till exempel genom *café dialoger* och *open space*.

Början på en arbetsbok...

Vi vet att det finns många med både erfarenhet och kompetens i hur man sätter igång och för en medskapande dialog. Men med vår ambition om att involvera så många som det går i den medskapande dialogen så har vi tänkt erbjuda en fri arbetsbok för nedladdning från nätet.

Arbetsboken är tänkt att innehålla förhållningssätt, samt beskrivning av verktyg som kan vara till hjälp för att skapa de öppna samtal (dialoger) som krävs för att vi skall kunna förflytta oss tillsammans. Här följer några tips för att komma igång;

1. Börja med att tydliggöra syftet med er dialog, t ex att skapa en bättre förståelse av ordet "kreativitet". Öppen intention är viktigt för att skapa tillit och gemenskap i gruppen.
2. Mänskligt att känna sig värdefull – för att skapa ett bra klimat är det viktigt att alla som deltar får möjlighet att känna sig som en del av gruppen. Detta görs enklast genom att var och en får kort presentera något om sig själv. Gärna något de värdesätter eller tycker är viktigt. Är det stora grupper kan denna introduktion göras i mer hanterbara grupper om 5 till 7 personer.

3. Ett gemensamt språk för lärande bygger på "dialog" och måste delas av alla individer i gruppen. Ordet dialog bygger på att jag delar med mig och lyssnar utan motstånd och förutfattade meningar, till skillnad från diskussion som bygger på att ha rätt eller fel, bra eller dåligt. Medskapande dialoger är förutsättningen för utveckling och lärande av individers och grupperns tänkande. Det är genom samtalet medvetenhet skapas som möjliggör vår förmåga att föreställa oss den värld vi vill skapa.
4. Introducera under vilka former ni vill föra samtalen, t ex genom *café dialoger* och *open space*. Se metodintroduktionen som en del av det gemensamma "språk" som gruppen behöver för att kunna "prata tillsammans" på ett utvecklande sätt. Kom ihåg! Metoden är INTE avgörande, utan välj någon metod som du känner dig trygg med. Det kan t ex vara så enkelt som att vi bara ställer oss frågor som:
 - a. Vad är din definition på ordet "kreativitet"? Sök inte i ordlistor, utan utgå från din egen förståelse av ordet.
 - b. Tänk dig nu en situation när du upplevt ordet "kreativitet" där du tycker det var som allra bäst. Beskriv situationen. Vilka var med? Vad gällde saken? Vad var det som gjorde att det skedde? Hur kändes det?
 - c. Vilka beteenden och attribut tycker du synliggör ordet "kreativitet" när det är som allra bäst? Tänk på hur det ser ut hos dig själv eller hos andra personer och sammanhang?
 - d. Vad krävs för att vi skall kunna återskapa denna "bästa" önskade form av "kreativitet"? Vad behöver vi förstärka och utveckla? Vad måste vi ändra på?

(Skulle det vara så att ni valt att jobba med ord som anses som *potentiellt begränsande* ändrar du bara fokus i frågorna b och c från att vara "allra bäst" till att gälla "hur de ser ut idag".)

5. Sedan är det "upp till dans" och lita på processen. Det viktigaste nu är att låta dialogen få ta TID och gå den väg den vill för att utforska och växa. Försök inte gå in och styra! Kom ihåg "att när ni jobbar i dialog så behöver ni vara överens om att inte behöva vara överens!" Detta gäller oavsett vilken dialogmetod ni valt.

Skulle du vilja hitta ett nätverk i Sverige med den gemensamma ambitionen att få igång dialogen kring våra värderingar och kultur, så hör av dig till någon av oss. Vill du komma i kontakt med det internationella nätverket och därmed de olika initiativen som pågår i andra länder runt om i världen skall du gå in på länken www.valuescentre.com, där finns bl.a. ett internationellt seminarium i USA i september i år.

Du är också givetvis välkommen att kontakta antingen PREERA (www.preera.se) eller Fortos Management Consulting (www.volvoit.com/fortos) för stöd och hjälp i er önskade process.

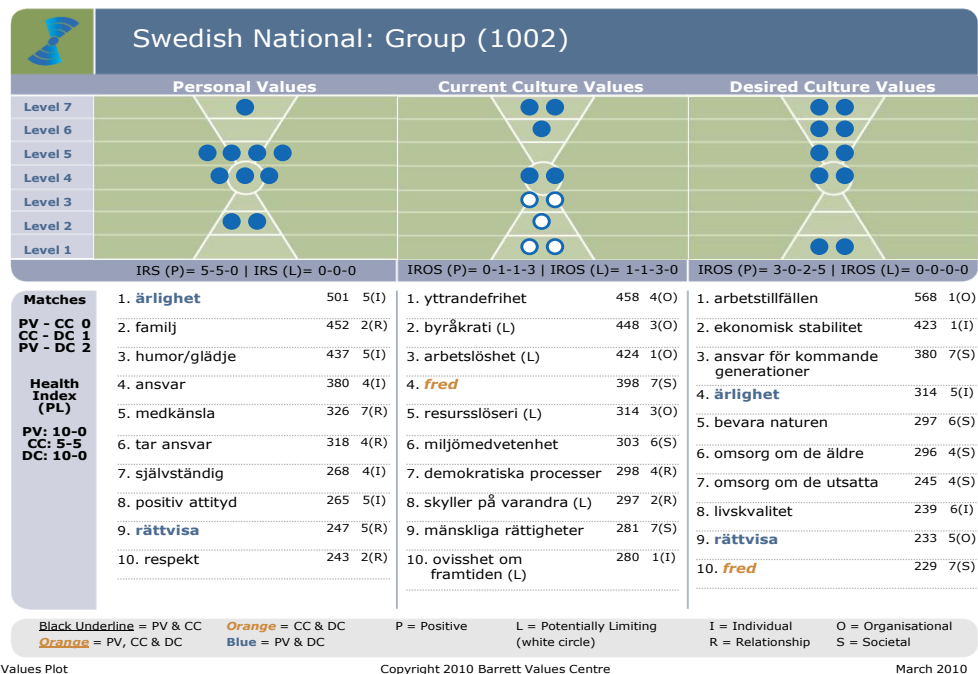
Inom Volvo IT har vi också jobbat med denna typ av arbetsbok sedan en tid tillbaka på vår arbetsplats. Den heter "Get Connected" (finns bara på engelska) och kommer att finnas för gratis nedladdning i pdf format på www.volvoit.com. Ambitionen inom Sverige 2010+ är att skapa en liknade arbetsbok för alla former av grupperingar inom ett samhälle.

Vi hörs i dialogen!

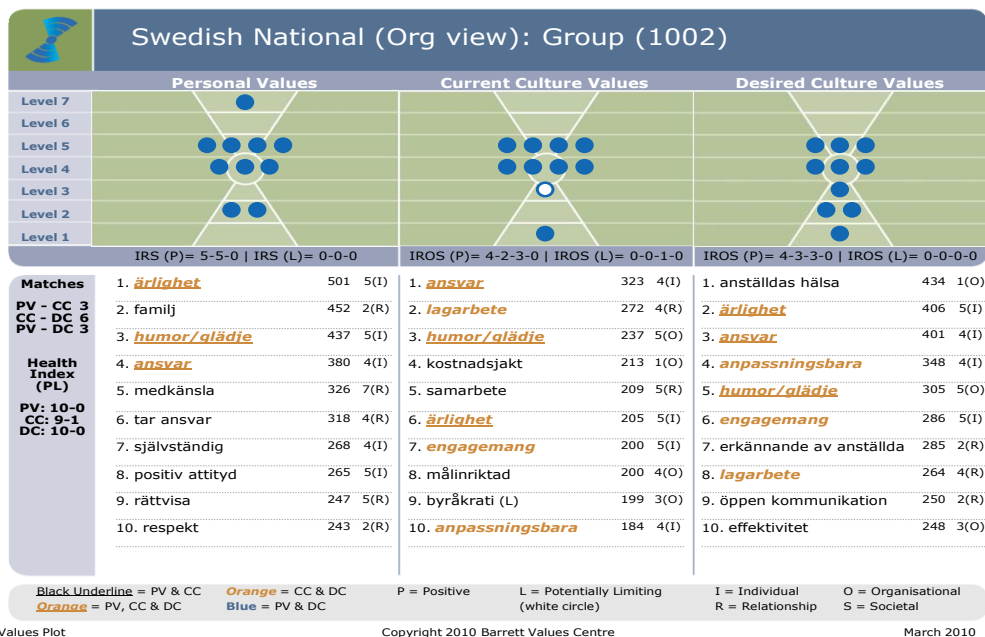
Lycka till!

APPENDIX 1: ÖVERGRIPANDE PLOTS/KARTOR UTIFRÅN CTT METODEN I SVERIGE 2010+

Personliga värderingar och samhällets värderingar

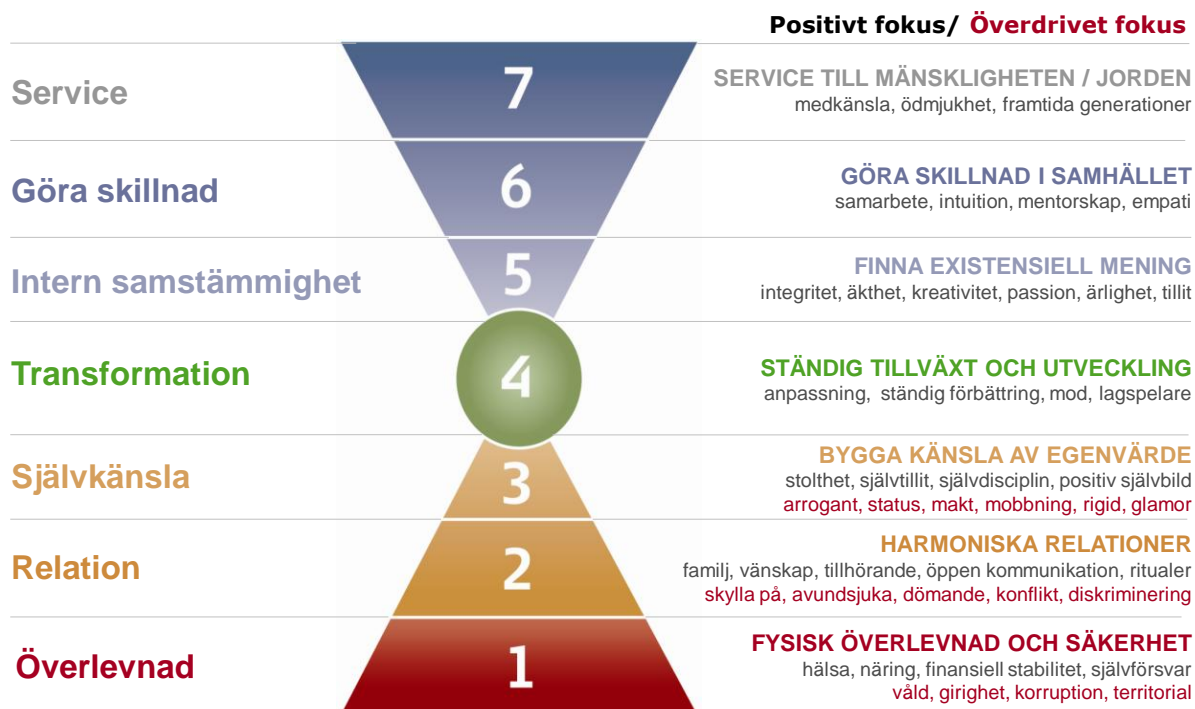


PERSONLIGA VÄRDERINGAR OCH ARBETSPLATSENS VÄRDERINGAR



NIVÅER AV UTVECKLING I PERSONLIGT MEDVETANDE

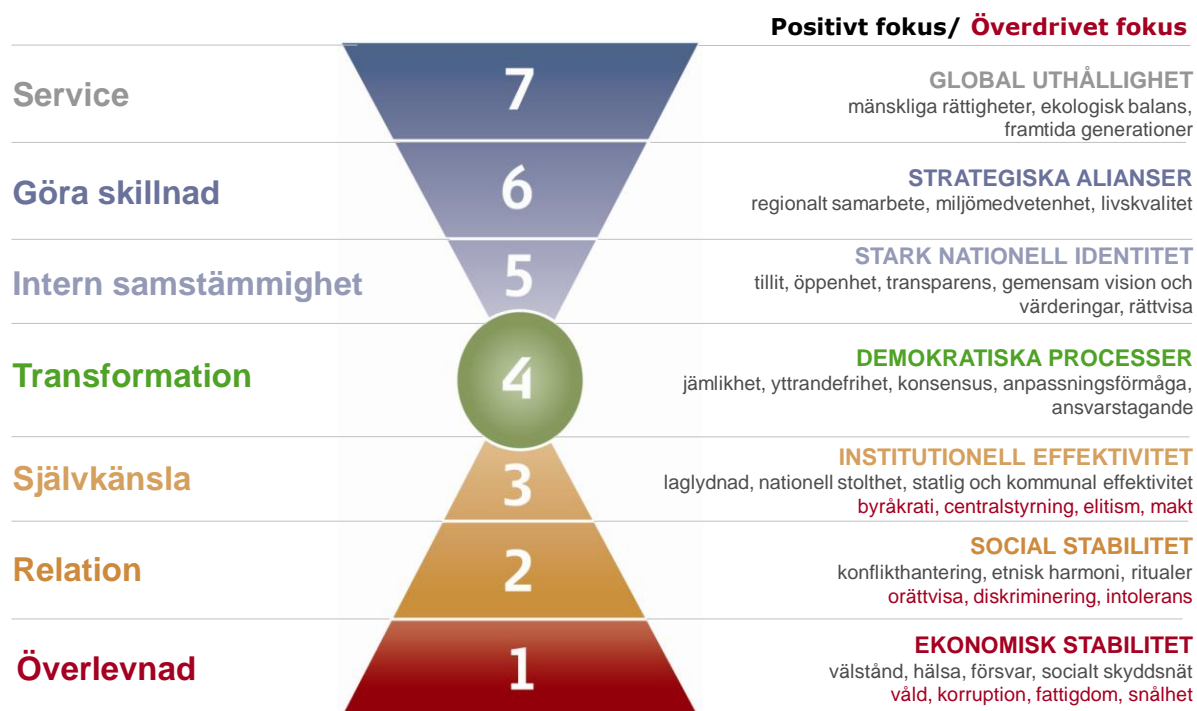
Nivåer av utveckling i personligt medvetande



© Barrett Values Centre



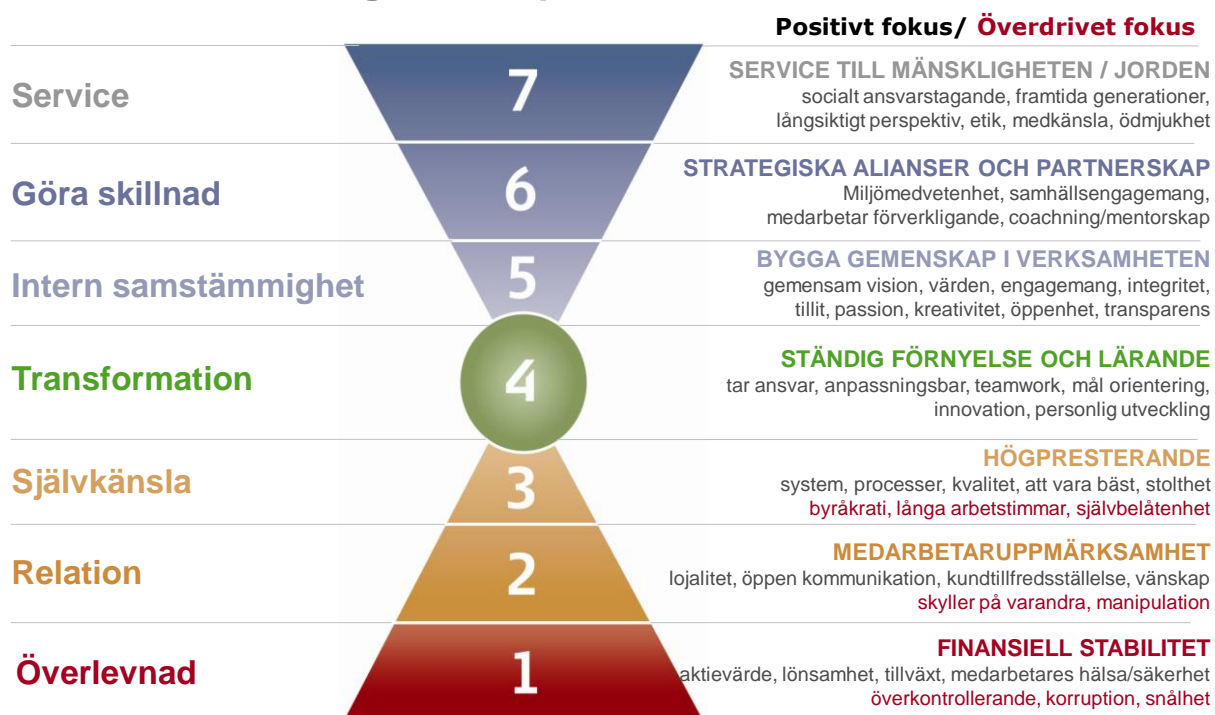
Nivåer av utveckling i samhällsmedvetande



© Barrett Values Centre



Nivåer av utveckling i arbetsplatsmedvetande



© Barrett Values Centre

