

Kön och jobbrekommendationer – tipsar män om män och kvinnor om kvinnor?

**KARIN
HEDEROS
OCH ANNA
SANDBERG**

Karin Hederos är forskare vid Institutet för social forskning (SOFI) på Stockholms universitet. karin.hederos@sofi.su.se

Anna Sandberg är forskare vid Institutet för social forskning (SOFI) på Stockholms universitet. anna.sandberg@sofi.su.se

Den här artikeln handlar om könsskillnader i jobbrekommendationer. Vi rapporterar resultat från en fältstudie vi utförde på en högskola i samarbete med ett företag. De deltagande studenterna ombads att först läsa en av företagets aktuella platsannonser och sedan tipsa om en annan student till jobbet. Majoriteten av deltagarna tipsade om en kandidat av sitt eget kön: 72 procent av de kvinnliga deltagarna rekommenderade en kvinna och 75 procent av de manliga deltagarna rekommenderade en man. Detta mönster kan delvis förklaras av könade vänskapsnätverk. Deltagarna hade mestadels nära vänner av det egna könet och många rekommenderade en nära vän till jobbet.

Det är vanligt att arbetsgivare ber antingen anställda eller utomstående kontakter att tipsa om lämpliga kandidater till lediga jobb.¹ Arbetsgivare drar då nytta av att den som tipsar om en kandidat ofta har information både om kandidatens egenskaper och om hur väl kandidaten skulle passa för jobbet (t ex Rees 1966). Dessutom brukar personer som tillhör samma sociala nätverk likna varandra (McPherson m fl 2001). Arbetsgivare utnyttjar den här egenskapen hos sociala nätverk genom att be om tips från personer som de tycker är kompetenta, eftersom de troligtvis känner andra kompetenta personer (Montgomery 1991). I linje med detta visar många studier att anställda som har rekryterats genom rekommendationer vanligtvis presterar bättre än andra anställda.²

En möjlig nackdel med rekrytering genom rekommendationer är dock att de personer som lämnar in tips till arbetsgivaren och de kandidater som tipsen avser potentiellt kommer att likna varandra även på sätt som inte hör samman med hur bra de är på jobbet. De kan t ex vara av samma kön eller ha samma etniska bakgrund. Arbetsgivare som rekryterar genom rekommendationer kan därför få en homogen grupp anställda. Dessutom finns en risk att jobbsökande som saknar rätt kontakter missar passande lediga jobb. Rekrytering genom rekommendationer kan alltså leda till att arbetsgivare förbiser kvalificerade kandidater som inte har någon koppling till arbetsgivarens sociala nätverk och därmed öka segregeringen på arbetsmarknaden (t ex Calvo-Armengol och Jackson 2004). Å andra sidan visar nyare forsk-

Artikeln sammanfattar resultat från studien "Gender Homophily in Job Referrals: Evidence from a Field Study among University Students" (Hederos m fl 2022).

¹ Det finns en stor mängd forskning som visar att sociala nätverk är viktiga på arbetsmarknaden. Ungefär hälften av alla lediga jobb tillsätts genom informella kontakter såsom släktingar, grannar eller tidigare kolleger. Se t ex Marsden och Gorman (2001) och Ioannides och Loury (2004).

² Se t ex Castilla (2005), Beaman och Magruder (2012), Hensvik och Skans (2016) och Pallais och Sands (2016).

ning att rekrytering genom rekommendationer faktiskt kan *minska* graden av segregering på lång sikt (t ex Rubineau och Fernandez 2015 och Arvidsson m fl 2021).

För att avgöra hur rekrytering genom rekommendationer påverkar graden av segregering måste vi förstå hur de personer som lämnar in tips till arbetsgivaren beter sig. Vem tipsar de om och varför väljer de just den kandidaten? Att besvara dessa frågor är också viktigt för att utforma effektiva åtgärder för att minska segregeringen på arbetsmarknaden.

I den här studien undersöker vi könsskillnader i jobbrekommendationer. I vilken utsträckning tenderar män att tipsa om manliga kandidater och kvinnor om kvinnliga kandidater? Vi studerar även orsaker bakom sådana mönster och hur mönstren skiljer sig åt mellan olika jobb. För att svara på våra frågor genomförde vi en fältstudie med 454 deltagare på en svensk högskola. Vi etablerade ett samarbete med ett företag som regelbundet rekryterar studenter från högskolan till deltidsjobb. I samband med en av företagets rekryteringsomgångar på högskolan bad vi studiens deltagare att läsa en av företagets aktuella platsannonser och sedan tipsa om en annan student på högskolan till jobbet. På arbetsmarknaden är det vanligast att arbetsgivare ber om tips från anställda, men det förekommer också att de vänder sig till utomstående kontakter. Eftersom våra deltagare inte är anställda på företaget är vår studie mest lik en situation där en arbetsgivare ber utomstående kontakter att tipsa om kandidater till ett ledigt jobb.

Nästan tre av fyra deltagare (73 procent) rekommenderade en kandidat av sitt eget kön. Både män och kvinnor föredrog kandidater av det egna könet: 72 procent av de kvinnliga deltagarna tipsade om en kvinna och 75 procent av de manliga deltagarna tipsade om en man. Deltagarna slumpades till att läsa en av två platsannonser. Den ena annonsen var för ett mer stereotypt kvinnligt jobb och den andra för ett mer stereotypt manligt jobb. När vi jämför resultaten mellan de två jobben ser vi tendenser till att deltagarna föredrar kandidater av sitt eget kön i ännu högre utsträckning när jobbet stämmer mer överens med normen för det egna könet. Vidare verkar deltagarnas vänskapsnätverk vara en viktig drivkraft bakom våra resultat. Vi bad deltagarna ange fem nära vänner på högskolan. De flesta deltagarna hade mestadels vänner av sitt eget kön och hälften av deltagarna tipsade om en nära vän. Även deltagarna som *inte* tipsade om en vän föredrog dock kandidater av sitt eget kön, men till en lägre grad.

Det finns begränsat med forskning om kön och jobbrekommendationer. De fältstudier som ligger närmst vår är Beaman m fl (2018) och Fernandez och Sosa (2005). Båda dessa studier bygger på information om *sökande* till ett jobb och finner att bland sökande som har rekommenderats är det vanligare att en kvinna har rekommenderats av en kvinna än att en man har rekommenderats av en kvinna. De kan dock inte avgöra om det beror på att personer som ombeds rekommendera någon till ett jobb föredrar kandidater av sitt eget kön och/eller på att personer som har rekommenderats till ett jobb är mer benägna att söka om de har rekommende-

rats av någon av sitt eget kön. Vi skiljer oss från dessa studier eftersom vi har information om själva rekommendationerna. Det innebär att vi kan ta reda på om personer som tipsar om någon till ett jobb föredrar att tipsa om en kandidat av sitt eget kön. Vi för även kunskapsläget framåt genom att analysera om personer är mer benägna att rekommendera en kandidat av det egna könet när jobbet är mer stereotypt för deras eget kön. Dessutom bidrar vi med ny kunskap om i vilken utsträckning de mönster vi ser i rekommendationer drivs av att män är vänner med män och kvinnor med kvinnor.

1. Studiens utformning

Vi genomförde studien på Handelshögskolan i Stockholm (HHS) under våren 2015 och alla deltagare var då studenter på skolan. Studien utfördes i samarbete med ett företag som precis skulle rekrytera studenter till två olika deltidstjänster (kreativ projektledare och analytiker). Deltagarna instruerades att läsa en av de aktuella annonserna och därefter tipsa om en student på skolan som skulle passa för jobbet.³ Deltagarna ombads också att lista fem nära vänner på skolan. Alla deltagare belönades med en trisslott för sitt deltagande.

Vi befarade att deltagare som själva var intresserade av jobbet skulle tipsa om en mindre lämpad kandidat för att undvika konkurrens om jobbet. För att minska risken för sådant strategiskt beteende, och för att ge deltagarna incitament att rekommendera en lämplig kandidat, erbjöd vi en rekryteringsbonus på 5 000 kr till de deltagare som tipsade om en kandidat som anställdes. Rekryteringsbonusar är vanliga bland arbetsgivare som rekryterar genom rekommendationer (Marsden och Gorman 2001).

Deltagarna slumpades till att läsa antingen annonsen för tjänsten som kreativ projektledare eller annonsen för tjänsten som analytiker. Syftet med variationen av annonser var att ta reda på om deltagarna var mer benägna att tipsa om en kandidat av det egna könet för jobb som ligger närmare könsstereotyper kopplade till deras eget kön. I annonsen för analytikerjobbet stod att tjänsten passade en affärsdriven och analytisk person. Till jobbet som kreativ projektledare söktes en kreativ och noggrann person. Analytikerjobbet framstår som mer stereotypt manligt och projektledarjobbet som mer stereotypt kvinnligt. I överensstämmelse med dessa stereotyper berättade företaget att andelen kvinnor bland de sökande oftast var högre för projektledarjobb än för analytikerjobb.⁴

³ Vi bad dem även att ange hur väl de kände kandidaten de rekommenderade på en skala från ett till sju och att ringa in tre av fjorton egenskaper som bäst beskrev kandidaten.

⁴ För att säkerställa att analytikerjobbet verkligen uppfattades som mer stereotypt manligt än projektledarjobbet genomförde vi även en webbenkät med 93 studenter i nationalekonomi på Stockholms universitet. Respondenterna slumpades till att läsa en av de två annonserna och ombads sedan att ange hur maskulint jobbet var på en skala från ett till nio. Resultaten visar att analytikerjobbet uppfattades som något mer maskulint (5,14 vs 4,59, $t=2,08$, $p=0,04$).

2. Vem rekommenderar vem?

Könsskillnader

Figur 1 (a) visar att 73 procent av deltagarna rekommenderade en kandidat av sitt eget kön. Figuren visar även den genomsnittliga andelen studenter på HHS som var av samma kön som deltagarna när studien utfördes. Genom att jämföra andelen deltagare som rekommenderade någon av samma kön med den genomsnittliga andelen studenter av samma kön kan vi avgöra om deltagarna *överrekommenderade* kandidater av det egna könet. Vi undersöker alltså om de rekommenderade kandidater av det egna könet oftare än de hade gjort om de hade valt en helt slumpmässig student på skolan. Jämfört med den genomsnittliga andelen studenter av samma kön på skolan (50 procent) överrekommenderade deltagarna kandidater av sitt eget kön med 23 procentenheter – en effekt som är både betydande och statistiskt signifikant.⁵

Män och kvinnor var ungefär lika benägna att rekommendera en kandidat av sitt eget kön: 72 procent av de kvinnliga deltagarna rekommenderade en kvinna och 75 procent av de manliga deltagarna rekommenderade en man. Andelen kvinnliga studenter på skolan var 43 procent när studien utfördes, vilket innebär att kvinnliga deltagare överrekommenderade kvinnor med 29 procentenheter och manliga deltagare överrekommenderade män med 17 procentenheter. Båda effekterna är statistiskt signifikanta.

Jobbets könsstereotyp

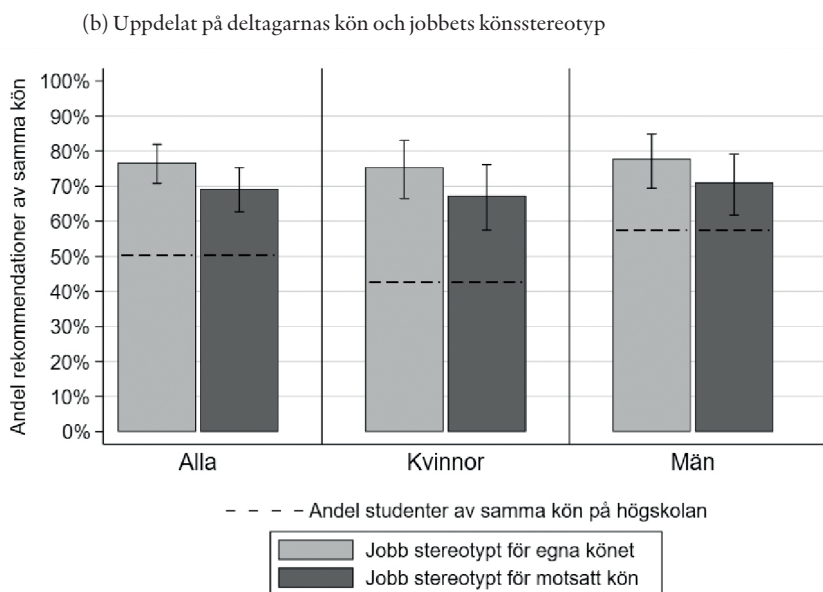
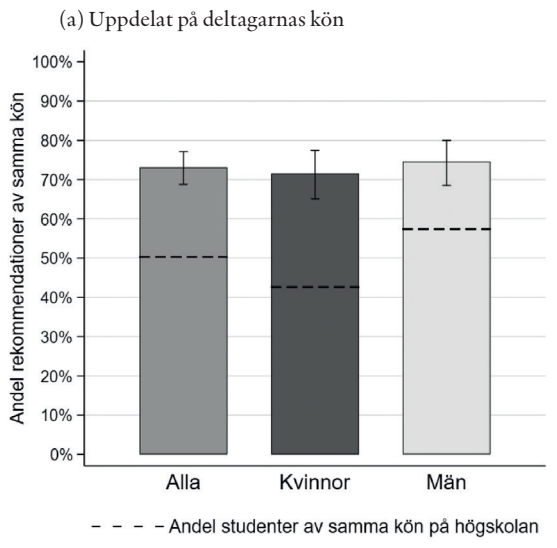
I figur 1 (b) visar vi hur resultaten skiljer sig åt mellan de två jobben. Vår hypotes var att benägenheten att rekommendera en kandidat av sitt eget kön skulle vara större för det jobb som överensstämmer med normen för det egna könet (analytiker för män och kreativ projektledare för kvinnor).

Bland de deltagare som läste annonsen för det jobb som är stereotypt för det egna könet tipsade 77 procent om en kandidat av sitt eget kön. Motsvarande siffra bland de deltagare som läste annonsen för det jobb som är stereotypt för det motsatta könet är 69 procent. Skillnaden mellan de två jobben är åtta procentenheter och går i samma riktning som vår hypotes. Skillnaden är dock inte statistiskt signifikant,⁶ så vi kan inte utesluta att jobbets könsstereotyp inte har någon effekt på deltagarnas benägenhet att tipsa om en kandidat av sitt eget kön. Då resultaten inte är särskilt precisa kan vi tyvärr inte dra några starka slutsatser från den här analysen. I framtida forskning vore det intressant att utföra liknande studier med ett större antal deltagare och att undersöka skillnader mellan jobb som är mer köns-segregerade.

⁵ Vi klassificerar en effekt som statistiskt signifikant om det estimerade p-värdet ligger under fem procent. Alla p-värden (för såväl signifikanta som icke-signifikanta effekter) rapporteras i Hederos m fl (2022).

⁶ $p=0,074$.

Figur 1
Andel deltagare som
rekommenderade en
kandidat av sitt eget
kön

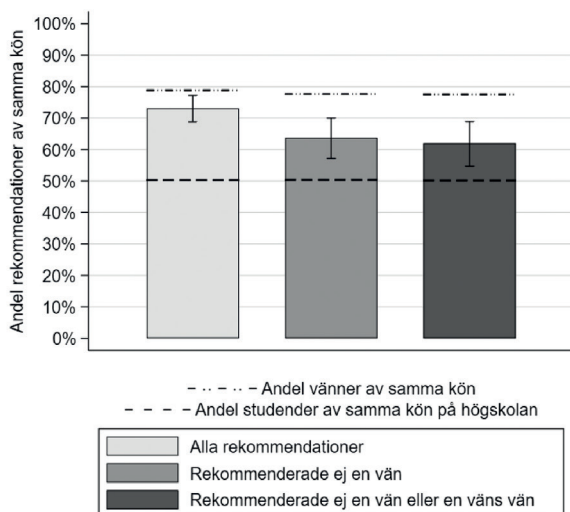


Anm: De heldragna linjerna visar 95-procentiga konfidensintervall.

Källa: Figurerna bygger på egna bearbetningar av insamlat datamaterial. Se Hederos m fl (2022) för detaljer.

3. Betydelsen av vänskapsnätverk

Majoriteten av deltagarna tipsade om en kandidat av sitt eget kön. I det här avsnittet utforskar vi om det mönstret kan förklaras av könssammansättningen av deltagarnas vänskapsnätverk. Tipsar kvinnor oftast om en kvinna eftersom kvinnor ofta är vänner med kvinnor och vice versa? Den här analysen baseras på listan på fem nära vänner på skolan som vi bad deltagarna om.



Figur 2
Andel deltagare som rekommenderade en kandidat av sitt eget kön, uppdelat på om kandidaten var en nära vän

Anm: De heldragna linjerna visar 95-procentiga konfidensintervall.

Källa: Figuren bygger på egna bearbetningar av insamlat datamaterial. Se Hederos m fl (2022) för detaljer.

Det finns flera anledningar till att tro att vänskapsnätverken spelar roll. För det första tipsade hälften av deltagarna om någon av sina fem nära vänner. För det andra är vänskapsnätverken slående homogena när det gäller kön. Den genomsnittliga andelen vänner av samma kön på deltagarnas listor är 79 procent och 43 procent av deltagarna listade inte en enda vän av det motsatta könet.

I den första stapeln i figur 2 visar vi att andelen deltagare som rekommenderar någon av samma kön (73 procent) ligger *mellan* den genomsnittliga andelen studenter av samma kön på skolan (50 procent) och den genomsnittliga andelen nära vänner av samma kön (79 procent). Med andra ord är benägenheten att rekommendera en kandidat av samma kön 23 procentenheter *högre* än om deltagarna hade rekommenderat en slumpmässig student på skolan, men sex procentenheter *lägre* än om de hade rekommenderat en slumpmässig nära vän. Båda dessa skillnader är statistiskt signifikanta.

I resterande staplar i figur 2 fokuserar vi på deltagare som rekommenderade en kandidat utanför sitt närmaste vänskapsnätverk. Först utesluter vi de deltagare som rekommenderade en av sina fem nära vänner. Andelen rekommendationer av samma kön minskar då från 73 procent till 63 procent. Sedan utesluter vi även de deltagare som rekommenderade en nära vän till en nära vän. Bland de kvarvarande deltagarna rekommenderade 62 procent en kandidat av sitt eget kön. När vi enbart har kvar dessa deltagare minskar alltså tendensen att överrekommendera någon av samma kön från 23 procentenheter till 12 procentenheter, men den är fortfarande statistiskt signifikant.⁷

⁷ Dessa mönster är till stor del liknande för manliga och kvinnliga deltagare. Se Hederos m fl 2022 för en mer utförlig analys av könsskillnader i betydelsen av vänskapsnätverk.

4. Avslutande diskussion

Den här artikeln syftar till att undersöka om personer tenderar att tipsa om kandidater av sitt eget kön till lediga jobb och i vilken utsträckning sådana mönster drivs av vänskapsnätverk. För att besvara våra frågor utförde vi en fältstudie på en svensk högskola. Studien var ett samarbete med ett företag som precis skulle rekrytera studenter från skolan. Deltagarna ombads att läsa en platsannons från företaget och sedan rekommendera en student till jobbet. Resultaten visar att både män och kvinnor föredrar kandidater av sitt eget kön. Mönstret kan delvis förklaras av deltagarnas vänskapsnätverk – deltagarna har mestadels nära vänner av sitt eget kön och många deltagare tipsar om en nära vän.

Även deltagare som varken rekommenderar en nära vän, eller en väns vän, tenderar dock att rekommendera en kandidat av sitt eget kön. Vad finns det för möjliga drivkrafter bakom detta beteende? För det första är det mycket möjligt att även deltagarnas mer avlägsna sociala relationer domineras av deras eget kön. Våra data innehåller inte någon information om ytliga bekantskaper. Framöver vore det intressant att undersöka hur både nära och mer avlägsna relationer påverkar vem som rekommenderar vem.

En annan möjlig förklaring är att deltagarna vill stötta studenter av samma kön som de själva. Det finns en omfattande litteratur som visar att människor ofta favoriserar sin egna sociala grupp (se t ex Tajfel m fl 1971). Favoriseringen kan bero på att man helt enkelt vill hjälpa andra av samma kön. Det är även möjligt att deltagarna rekommenderar någon som tidigare har gjort dem en tjänst, eller någon som de tror kommer att hjälpa dem i framtiden.

En tredje potentiell förklaring är att deltagarna tror att kandidater av samma kön som de själva skulle prestera bättre på jobbet. Den här typen av statistisk diskriminering drivs av föreställningar om könsskillnader i förmåga och är inte möjlig att mäta med våra data. En relevant inriktning för framtida forskning är därför att undersöka hur rekommendationsmönster påverkas av föreställningar om könsskillnader i förmåga.

Nyare forskning visar att på lång sikt kan rekrytering genom rekommendationer faktiskt minska graden av segregering på arbetsmarknaden (t ex Rubineau och Fernandez 2015). Huruvida rekommendationer ökar eller minskar segregeringen på lång sikt beror exempelvis på eventuella könsskillnader i benägenheten att ge rekommendationer, benägenheten att rekommendera en kandidat av samma kön som en själv och benägenheten att söka ett jobb som man har blivit rekommenderad för. Vi finner att män och kvinnor är ungefär lika benägna att rekommendera en kandidat av sitt eget kön. Allt annat lika leder detta till att rekrytering genom rekommendationer minskar könssegregeringen på lång sikt, oavsett arbetsplatsens ursprungliga könsfördelning (Rubineau och Fernandez 2015). Å andra sidan ser vi vissa tendenser till att benägenheten att rekommendera en kandidat av samma kön skulle kunna påverkas av jobbets könsstereotyp. Om män är mer benägna än kvinnor att rekommendera kandidater av sitt eget

kön till stereotypt manliga jobb, medan kvinnor är mer benägna än män att rekommendera kandidater av sitt eget kön till stereotypt kvinnliga jobb, kan rekrytering genom rekommendationer bidra till ökad könssegregation. Mer forskning behövs för att öka kunskapen om de långsiktiga konsekvenserna av rekrytering genom rekommendationer.

Vi vet fortfarande väldigt lite om hur arbetsgivare kan motverka den segregande effekt som rekrytering genom rekommendationer kan ha. En möjlig åtgärd är att främst be om tips från personer av det kön som i nuläget är underrepresenterat bland de anställda. En annan möjlighet är att betala ut en högre bonus för tips om kandidater av det underrepresenterade könet. Att utvärdera den här typen av idéer framstår som ett naturligt nästa steg för forskningen på det här området.

Arvidsson, M, F Collet och P Hedström (2021), "The Trojan-horse Mechanism: How Networks Reduce Gender Segregation", *Science Advances*, vol 7, eabf6730.

Beaman, L, N Keleher och J Magruder (2018), "Do Job Networks Disadvantage Women? Evidence from a Recruitment Experiment in Malawi", *Journal of Labor Economics*, vol 36, s 121–157.

Beaman, L och J Magruder (2012), "Who Gets the Job Referral? Evidence from a Social Networks Experiment", *American Economic Review*, vol 102, s 3574–3593.

Calvo-Armengol, A och M O Jackson (2004), "The Effects of Social Networks on Employment and Inequality", *American Economic Review*, vol 94, s 426–454.

Castilla, E J (2005), "Social Networks and Employee Performance in a Call Center", *American Journal of Sociology*, vol 110, s 1243–1283.

Fernandez, R M och M L Sosa (2005), "Gendering the Job: Networks and Recruitment at a Call Center", *American Journal of Sociology*, vol 111, s 859–904.

Hederos, K, A Sandberg, L Kvissberg och E Polano (2022), "Gender Homophily in Job Referrals: Evidence from a Field Study among University Students", SSRN Working Paper, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4103637>.

Hensvik, L och O N Skans (2016), "Social Networks, Employee Selection, and Labor Market Outcomes", *Journal of Labor Economics*, vol 34, s 825–867.

Ioannides, Y M och L D Loury (2004), "Job Information Networks, Neighborhood Effects, and Inequality", *Journal of Economic Literature*, vol 42, s 1056–1093.

Marsden, P V och E H Gorman (2001), "Social Networks, Job Changes, and Recruitment", i Berg, I och A L Kalleberg (red), *Sourcebook of Labor Markets*, Springer, New York.

McPherson, M, L Smith-Lovin och J M Cook (2001), "Birds of a Feather: Homophily in Social Networks", *Annual Review of Sociology*, vol 27, s 415–444.

Montgomery, J D (1991), "Social Networks and Labor-market Outcomes: Toward an Economic Analysis", *American Economic Review*, vol 81, s 1408–1418.

Pallais, A och E G Sands (2016), "Why the Referential Treatment? Evidence from Field Experiments on Referrals", *Journal of Political Economy*, vol 124, s 1793–1828.

Rees, A (1966), "Information Networks in Labor Markets", *The American Economic Review*, vol 56, s 559–566.

Rubineau, B och R M Fernandez (2015), "Tipping Points: The Gender Segregating and Desegregating Effects of Network Recruitment", *Organization Science*, vol 26, s 1646–1664.

Tajfel, H, M G Billig, R P Bundy och C Flament (1971), "Social Categorization and Intergroup Behavior", *European Journal of Social Psychology*, vol 1, s 149–178.

REFERENSER