Lund Universitet

Sociologiska institutionen

Coaching i folkhemmet – Bli en stjärna i ditt eget liv!

Författare: Sara Rokka

Uppsats: SocK01

Vårterminen 2008

Handledare: Katarina Sjöberg

ABSTRACT
Författare: Sara Rokka
Titel: Coaching i folkhemmet – Bli en stjärna i ditt eget liv!
Uppsats: SocK01
Handledare: Katarina Sjöberg
Sociologiska institutionen, Vårterminen 2008

Samhället går mot en tid av individualisering och jag ser coaching som ett resultat av det individualiserade samhället Coaching är en metod som används för vägledning, genom att coachen hjälper sin klient att sätta upp mål och sedan följa en struktur för att nå till dessa mål. Coaching är på frammarsch i det svenska samhället. Syfte med studien är att undersöka den diskursen kring coaching med fokus på hur förstärkandet av individualiteten och identiteter genom att belysa den roll självförverkligandet spelar på trygghet och flexibilitet. Studiens koncentration ligger i synen på identitet, hur behovet av coaching skapas och upprätthålls genom anspelningar på trygghet och flexibilitet samt ett ekonomiskt perspektiv på coaching.
Jag använder mig av en diskursanalys för att skapa en förståelse för hur coaching som praktik och fenomen interagerar med de traditionella svenska idealen. Det empiriska materialet består av tidningsartiklar och elektroniska skrifter; dels Sydsvenska Dagbladets tredelade artikelserie *Ett coachat liv*, dels artikeln *Coacher för allt – men vad gör de egentligen?* ur tidningen Kupé. Den teoretiska utgångspunkten i studien finns hos sociologerna Zygmunt Bauman och Richard Sennett, och deras teoretiska ansatser rörande individualisering, identitet, flexibilitet och trygghet. I förståelsen av coaching är det viktigt att veta att den rådande synen på identitet är att den är formbar och kan omskapas utefter aktuella önskemål. I analysen framkom det att diskursen kring coaching förstärker individualiseringen genom att framställa individen som fristående och isolera denne från sin omgivning. Den empiriska studien visar på att diskursen betonar behovet av coaching genom att sätta coachens funktion framför klientens omgivning, vilket resulterar i att individens naturliga gemenskap förringas. Stärkandet av identiteten sker således i en riktning från gemenskap, vilket förstärker individualiseringen. De ekonomiska aspekterna på coaching är viktigt att belysa genom att de flesta av coachernas egenskaper skulle kunna tillskrivas goda medmänniskor. I diskursen framhävs den goda viljan och faktumet att det kostar pengar att besöka en coach tonas ner.

Nyckelord: Coaching, Identitet, Individualisering

Innehållsförteckning:

1.	**Inledning**	
1.1	Problemformulering	4
1.1.1	Syfte	4
1.2	Metod	5
1.3	Teori	5
1.4	Disposition	5
2.	**Bakgrund Coaching**	**6**
2.1	Vad är en coach?	7
2.2	Coaching som metod	7
2.3	Svenska Mästerskapet i Coaching	8
3.	**Tidigare forskning**	**9**
4.	**Metod**	**10**
4.1	Det empiriska materialet	10
4.1.1	Urvalet	11
4.1.2	Artiklar	11
4.1.2.1	Sydsvenska Dagbladet	11
4.1.2.2	Kupé	12
4.1.3	Hemsidorna	12
4.2	Diskursanalys	12
4.2.1	Diskursens språk och berättigandet	14
4.2.2	Användandet av det empiriska materialet	15
5.	**Teori**	**15**
5.1	Individualisering	16
5.2	Identitet	16
5.3	Flexibilitet	17
5.4	(O)Trygghet	18
6.	**Analys**	**20**
6.1	Skapandet av identiteten	20
6.2	Coaching som business	22
6.2.1	Skapandet av marknaden	23
6.2.2	Upprätthållandet av marknaden	24
6.2.3	Coaching som business ur ett ekonomiskt perspektiv	26
7.	**Sammanfattning och egna reflektioner**	**27**
7.1	Sammanfattning	27
7.2	Egna reflektioner	28
7.3	Vidare forskning	28
	Referenser	**30**

1. Inledning:

Du skall icke tro, att du *är* något[1].

Samhället har länge rört sig mot en allt högre grad av individualism, och de traditionella gemenskaperna upplöses allt mer. Tydliga tecken på individualiseringen finns både på arbetsmarknaden där utvecklingen gått mot flexiblare anställningsformer, och inom privatlivet där familjestrukturerna tenderar att bli allt mer temporära. Detta leder till att det ställs allt högre krav på den enskilde individen för att skapa och upprätthålla ordning i tillvaron, och det är härigenom dagens ”visa män” finner sin roll. Coachens uppgift är att vägleda sina klienter utan att visa vägen, det är klienten själv som ska finna vägen.

1.1 Problemformulering

Jag menar att coaching i hög grad är en produkt av det individualiserade samhället. Coaching strävar ofta efter målen störst, bäst och vackrast utefter individuella förutsättningar och ofta i kombination med själsligt välbefinnande. Begreppet coaching är till sin karaktär luddigt, jag har valt att inte avgränsa eller specificera begreppen coach och coaching eftersom de i allmänt tal och i sin framställning i ord och tal inte är definierat. I dagens svenska medier är artiklar och tv-program om coaching ett ofta återkommande ämne. Detta ser jag som ett tydligt tecken på ämnets aktualitet. Studien kommer att avgränsas till att den mediala bilden av fenomenet coaching i Sverige.

1.1.1 Syfte

Ambitionen med denna uppsats är att behandla och skapa förståelse coaching som fenomen i det svenska samhället. Mitt syfte är att belysa den diskurs som omgärdar coachingfenomenet, särskilt aspekter som rör förstärkandet av individualiteten och identiteter med fokus på den roll självförverkligandet spelar på trygghet och flexibilitet.

[1] Första paragrafen i jantelagen, www.ne.se

1.2 Metod

Jag använder mig av ett diskursivt tillvägagångssätt på så sätt att jag i dialog med det empiriska materialet och mina teoretiska utgångspunkter, strävar efter ökad förståelse för den rådande coachingdiskursen i samhället. Studiens empiriska utgångspunkt är tidningsartiklar och webbaserade hemsidor som behandlar coaching. De artiklar jag valt studera är Sydsvenska Dagbladets tredelade artikelserie *Ett coachat liv*, samt artikeln *Coacher för allt – men vad gör de egentligen?* ur tidningen Kupé. De fyra artiklarna har sedan fått leda mig vidare i mitt sökande efter förståelse för fenomenet.

1.3 Teori

Den teoretiska utgångspunkten ligger hos Zygmunt Baumans *Det individualiserade samhället,*[2] och Richard Sennetts *När karaktärerna krackelerar*.[3] Bauman skildrar hur individualiseringen påverkar individerna i samhället, genom att belysa olika aspekter av de samhällsutvecklingar som sker. De teorier jag främst kommer att använda mig av behandlar identitetsskapandet. Sennett beskriver hur det moderna samhället påverkar individerna genom en allt mer flexibel tillvaro vilket han menar på leder till att de blir desorienterade.

1.4 Disposition

Uppsatsen börjar med ett bakgrundsavsnitt om coaching för att ge läsaren en introduktion till ämnet. Sedan kommer ett avsnitt som behandlar tidigare forskning på området. Härefter följer ett avsnitt om det metodologiska upplägget, där jag diskuterar det empiriska materialet och det diskursanalytiska tillvägagångssättet. I det avsnitt som behandlar teori, tar jag min utgångspunkt i sociologerna Bauman och Sennett, särskilt aspekter rörande individualisering, identitet, flexibilitet samt trygghet. Sedan kommer mitt analysavsnitt. Avslutningsvis kommer en sammanfattning med egna reflektioner, där även behovet av framtida forskning kommer att tas upp.

[2] Bauman (2002)
[3] Sennett (2003)

2. Bakgrund Coaching:

I detta kapitel ger jag en allmän bakgrund till begreppet coach. Därefter kommer ett avsnitt som handlar om vad en coach är, varpå coaching som metod diskuteras. Avslutningsvis kommer ett avsnitt som handlar om Coach-SM.

Den historiska bakgrunden till begreppet coach härstammar från den ungerska staden Kocs, som gav sitt namn till en välkonstruerad vagn, *kocsi,* på 1400-talet. Begreppet utvecklades till att bli benämningen på kuskar och vägledare.[4] Begreppets nuvarande betydelse har framförallt utvecklats inom idrotten där coachingens visionsskapandet och måldrivande funktion har hjälpt att frambringa vinnare.

Coachandet, i dess nuvarande bemärkelse, har sin utgångspunkt i den amerikanska kulturen, där det råder andra ideal än i den svenska kulturen. Det amerikanska samhället är mer tävlingsinriktat, än det svenska samhället, och det råder en annan fokus på den individuella kraften. Genom att grundtryggheten inte är lika hög i det amerikanska samhället, då det råder en brist på generella sociala försäkringar, tvingas individen måste ta ett högre ansvar över det egna livet. Den amerikanska drömmen karaktäriseras av den sociala rörligheten. Det är möjligheternas land, där alla kan lyckas, bara man tror på sig själv tillräckligt mycket. Den svenska modellen har sin utgångspunkt i ett socialdemokratiskt samhälle, där värdegrunden handlar om jämlikhet och rättvisa. Sverige karaktäriseras av jantelagen och folkhemmets trygga välfärdssystem. Tävlandet har inte varit en drivkraft i det svenska samhället, vilket medfört att man inte talar om sig som vinnare, och det är just vinnare man ska bli med hjälp av coachandet.

Trots kulturskillnaderna frodas coaching i landet lagom, allt fler söker sig till professionella vägledare för att få hjälp att nå framgång. Coaching är i dagens Sverige inte längre något nytt fenomen, den har smugit sig på oss utan att vi vet vad det i själva verket handlar om. En av förklaringarna till den stora ökningen av coacher, är att det är trendigt att kalla sig coach, menar en av coacherna i Sydsvenska Dagbladets artikelserie.[5] Det finns olika former av coaching, former som i stort sett berör alla aspekter av livet såsom kärlek, karriär, familjen,

[4] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Blyga killar köper hjälp av kärlekscoach*
[5] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Coacher kan göra oss omyndiga*

hunden etc. Centralt inom coaching är att bygga upp självkänslan och därigenom en förmåga att lita på sig själv och sina egna beslut.

2.1 Vad är en coach?

Det finns ingen entydig definition av begreppet coach, vilket resulterar i att vem som helst har möjlighet att kalla sig coach. Detta leder till att coachernas utbildning och erfarenheter är vitt skilda, bakgrunderna varierar mellan de som är självlärda till de med fleråriga akademiska examens, med bland annat beteendevetenskap, marknadsförig och terapeutiska bakgrunder. En av de självlärda coacherna menar på att han utvecklade sin egen metod efter att ha gått igenom en lång ”förlamande ångest”, vilken han inte kunde finna bot på med hjälp av sedvanliga metoder[6]. Det finns ett flertal internationella branschorganisationer som tillämpar olika certifieringar för att skapa och försöka upprätthålla en viss standard bland coacher. En del coacher använder sig av egenlegitimerande certifikat, vilket medför svårigheter för ”coachsökare” att veta vilken utbildning och vilka erfarenheter certifikatet står för. ”Det finns inga garantier bakom en titel”, menar en av coacherna i Kupés artikel, därmed är det upp till klienten att leta sig fram till en coach som fungerar. Vidare menar han att därför bör klienten ”inte betala för alla tillfällen på en gång”.[7] Om klienten inte har betalat för coachingsessionerna finns möjlighet att avbryta coachingprocessen om den inte fungerar.

Kostnaderna för coaching är varierande, dels beroenden på vem som coachar, dels beroende på vem som coachas. Priserna varierar ofta mellan 800 och 1500 kronor i timmen plus moms, och en helg med kärlekscoachande kostar 7500 kronor.[8] Generellt sett har privatpersonen lägre kostnader än företag.[9]

2.2 Coaching som metod

Coaching är en metod, för en handlingsplan, där man först sättar upp mål, därefter följer man en särskilt utformad struktur för att nå upp till de uppsatta målen. Tillvägagångssättet inom coaching är att coachen ställer frågor som klienten ska besvara. Coachen fungerar som ett

[6] www.innersoulresponse.com
[7] Kupé; *Coacher för allt – men vad gör de egentligen?*
[8] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Blyga killar köper hjälp av kärlekscoach*
[9] Kupé; *Coacher för allt. Men vad gör de egentligen?*

bollplank till klienten och ska inte fungera som en rådgivare då klienten själv ska finna svaren. Trots detta kan frågorna vara vägledande. I Sydsvenska Dagbladets artikel rörande hundcoaching frågar coachen sin klient ”Hur skulle du kunna lägga mer ansvar på honom?” när klienten behöver vägledning för att komma tillrätta med vad hon skall göra åt sin hund.[10] Genom att visa att ansvar påverkar hur hunden agerar, fungerar frågorna vägledande även om det är klienten själv som kommer fram till svaret. En coach förespråkar sitt coachande med att ”metoden fungerar för alla”,[11] vilket innebär att alla som vill nå bättre självkänsla kommer att göra det om man anlitar henne.

Antalet coachingtillfällen varierar mellan enstaka tillfällen till en kontinuerlig coaching i form av ett bollplank. Vidare i artikelserien är en av coacherna kritisk till att framställa ”coaching som en nödvändig och långvarig experthjälp”.[12] Detta för att han menar att i grunden handlar det om att lära sig en metod för att sätta upp konkreta mål och sedan följa en handlingsplan, och därför ska man inte behöva ha ständig hjälp när man har lärt sig metoden.

Coaching handlar bland annat om att du ska bli framgångsrik i ditt eget liv. På coachernas egna hemsidor lovas du nå framgång om du anlitar just dem. Fraser som att ”byta frustration mot inspiration och framtidstro”,[13] används för att dra till sig klienter. Strävandet efter guld och gröna skogar har inte varit karaktäristiskt för det svenska samhället som präglats av en janteanda vilket inneburit att man inte ska sträva efter att vara bättre än sin granne.

2.3 Svenska Mästerskapet i Coaching

Sedan 2005 anordnas ett årligt Coach-SM där deltagarna tävlar i att blir årets bästa coach. Arrangörerna bakom Mästerskapet är International Coach Federations (ICF), vilket är världens största branschorganisation för coacher. Coachandet utgår här ifrån ICF:s elva grundpelare inom coaching. Dessa är:

> Etik och professionalitet, Coaching överenskommelsen, Förtroende och närhet, Coaching närvaro, Aktivt lyssnande, Kraftfulla frågor,

[10] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Vilda vovvens matte möter coachen*
[11] www.miatornblom.se
[12] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Coacher kan göra oss omyndiga*
[13] www.confidence.nu

> Direkt kommunikation, Skapa medvetande, Utforma handlingar, Planera och sätta mål, och sist Framsteg och ansvarstagande.[14]

Alla coacher får ansöka om att delta i det svenska mästerskapet, de coacher som sedan tidigare är anslutna till och certifierade från ICF är direktkvalificerade till finalen, övriga coacher är tvungna att kvalificera sig för att nå till finalen. Organisationen bakom mästerskapet motiverar tävlingen så här; ”Den grundläggande orsaken till att vi har startat coach-SM är att sprida vår syn på coachning som står för kvalitet och seriositet.”[15] Genom att ordna ett Svenskt Mästerskap uppmärksammas fenomenet vilket gör att Coach-SM fungerar som marknadsföring för de svenska coacherna. Mästerskapet handlar om att man tävlar i coachingprocessen som metod, vilket ska inspirerar och föra coachingen framåt.[16] Mästerskapet är ytterligare ett tecken på den stora genomslagskraft som fenomenet har och har haft i det svenska samhället.

3. Tidigare forskning:

I detta kapitel börjar jag med en kort beskrivning av en studie av om *fenomenet och trenden coaching*, sedan berörs en studie inom kognitionsvetenskap som behandlar coaching. Sedan kommer Thomas Johanssons populärvetenskapliga bok *Makeovermani* att nämnas.

Den tidigare forskningen om coaching i Sverige är begränsad. I sökandet efter information om coaching framkommer det framförallt böcker om hur man använder sig av coaching och hur man kan hjälpas av det som metod. Den forskning som har gjorts handlar först och främst om hur coaching fungerar i praktiken.

Under våren 2005 skrev en magisteruppsats i ämnet ’Att bli coachad ger en kick! – studie av fenomenet och trenden coaching’ vars syfte var att ”beskriva och analysera fenomenet och trenden coaching” Studien konstaterar att coaching är ett svårdefinierat begrepp genom att det inte teoretiker inte är överrens om en enig definition. Vidare fastställs individen som söker sig till coaching som den huvudansvarige för att coaching ska fungera, klienten måste härigenom själv ansvara för sin coachingprocess. Resultatet visar på att ”fenomenet överrensstämmer

[14] www.coach-sm.se
[15] www.coach-sm.se
[16] www.coach-sm.se

med samhällets fokus på individen och dess behov", och detta menar författarna är förklaringen till varför fenomenet är populärt[17].

Inom kognitionsvetenskap skrevs en uppsats om coaching, "*Affärs- och chefscoaching – Framtidens företagsutveckling?*",[18] under våren 2007. Detta är en pilotstudie syftar till att skapa en förståelse för metodologin inom framförallt affärs- och chefscoaching samt hur coachingen kan öka klienterna "nöjdhet". Resultaten i studien visar att klientens nöjdhet ökar med coachingen, och författaren menar att coaching verkar vara en effektiv utvecklingsmetod[19].

Thomas Johansson, professor i socialpsykologi vid Göteborgs Universitet, har skrivit den populärvetenskapliga boken "*Makeovermani – Om Dr Phil, plastikkirurgi och illusionen om det perfekta jaget*[20]" handlar om hur samhället drivs av en manisk kraft att förändras. Boken försöker närma sig självhjälpskulturen, och jag menar att coaching kan ses som en del av självhjälpskulturen. Johansson arbetar nu med en bok som kritiskt kommer att beröra coaching och coachverksamheter.

4. Metod:

Metodkapitlet börjar med ett avsnitt som behandlar det empiriska material och tillvägagångssättet vid urval, sedan övergår jag till att diskutera användandet av diskursperspektiv. Här tar jag upp att studien genomförs kvalitativt och att jag använder mig av ett diskursperspektiv för att skapa förståelse för fenomenet coaching i det svenska samhället. I detta avsnitt behandlar jag diskursens språk, hur berättigandet av diskursen ser ut, samt hur använder mig av det empiriska materialet i analysen.

4.1 Det empiriska materialet

Det empiriska materialet består av tidningsartiklar och elektroniska skrifter, vilket vanligtvis inte ses som vetenskapligt material. Jag ser inget problem i detta utan menar att det är viktigt

[17] Ibid.
[18] Wikström Seltman, Cornelia (2007)
[19] Ibid. s26
[20] Johansson, Thomas, *Makeovermani*

att belysa fenomenet och den bild av det som förmedlas och genom att granska dessa texter med vetenskapliga metoder omvandlas materialet till att bli vetenskapligt.

4.1.1 Urvalet

Det finns en stor mängd av texter och information om coaching vilket har gjort att jag medvetet varit tvungen att begränsa mig i mitt urval. De artiklarna jag valt är, Sydsvenska Dagbladets tredelade artikelserie *Ett coachat liv*[21] som granskar fenomenet coaching; *'Blyga killar köper hjälp av kärlekscoach*', *'Vilda vovvens matte möter coachen*' och 'Coacher *kan göra oss omyndiga*', samt artikeln *'Coacher för allt – men vad gör de egentligen?*' ur tidningen Kupé nummer 12/1 2007-2008. Artikeln i Kupé var för övrigt den artikel som inspirerade mig till uppsatsämnet. Jag har alltsedan dess fascinerats av den oändliga information om och uppmuntran till coaching som florerar i samhället. Det är en ”snöbollsmetod” som jag har använt mig av genom att låta tidningsartiklarna styra urvalen av hemsidorna. De ovannämnda artiklarna bildar tillsammans med material om coaching på nätet underlaget för denna studie.

4.1.2 Artiklarna

Dokument är ofta beroende av sin kontext, därför kommer jag att kort redogöra för de tidningar och dess sammanhang jag hämtar artiklarna ur.

4.1.2.1 Sydsvenska Dagbladet

Artikelserien rymmer en nyanserad bild av fenomenet och därmed fungerar den som en bra utgångspunkt för uppsatsen. Den första artikeln berör kärlekcoaching och handlar om hur blyga killar söker hjälp hos kärlekscoacher från företaget Level Up Life. De lovar att få dem att lyckas ta kontakt med tjejer på krogen. Den andra delen handlar mer allmänt om coaching och i artikeln nämns en hundägare som behöver hjälp med sin hund. Denna artikel har sin utgångspunkt hos coaching företaget Coach Campanion som både förmedlar och utbildar coacher. I den tredje delen ges en mer kritisk vinkel som handlar om hur vi omyndigförklarar oss själva med hjälp utav olika experter.

[21]Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Blyga killar köper hjälp av kärlekscoach;* Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Vilda vovvens matte möter coachen;* Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Coacher kan göra oss omyndiga*

Sydsvenska Dagbladet riktar sig till läsare i södra Sverige, eller läsare som är intresserad av vad som händer i de södra delarna av landet. Genom att tidningen även är nätbaserad innebär detta att alla har tillgång till artikelserien.

4.1.2.2 Kupé

Tidningen Kupé är en gratistidning som tilldelas SJ tågresenärer. Begränsningar i läsandet är uppenbart, då tidningen endast finns tillgänglig på SJ tågen, vilket innebär att det framförallt är tågresenärer med önskningar om tidsfördriv som kommer i kontakt med artikeln.

4.1.3 Hemsidorna

De coachingföretag som har omnämnt i artiklarna har jag besökt på dess hemsidor. Detta dels för att öka min förståelse för coacherna som omnämns i artikeln och dels för att införskaffa mig ytterligare information om fenomenet. Elektroniska resurser är förgängliga och detta har gjort att jag i samband med besöken har sparat ner den informationen jag känt att jag behöver för att studera fenomenet vidare. Hemsidorna jag har besökt har varit tillgängliga för alla Internetanvändare men det finns alltid begränsningar i vilka som tar del av materialet på grund av att man medvetet måste söka sig in till coachernas hemsidor.

Utöver de coachingföretag som det hänvisas till i artiklarna har jag valt inkorporera Mia Törnbloms företagshemsida, www.miatornblom.se. Det har jag gjort för att hon anses vara är en av Sveriges främsta och mest mediala coacher.

De hemsidor jag har använt mig av är; *www.coachcompanion.se, www.confidence.nu, www.innersoulresponse.com, www.infinitcoach.se, www.miatornblom.se, www.professionellcoach.se*

4.2 Diskursanalys

Diskursen som framställer coaching kommer att studeras i dess framställning i medier och utifrån de valda hemsidor som förmedlar coaching. En av diskursanalysens funktioner är att ”identifiera och beskriva diskurser”.[22] Det diskursanalytiska tillvägagångssättets syfte är att skapa en förståelse för diskursen runt fenomenet och inte efter att nå en sann verklighetsbild av fenomenet.

[22] Sahlin (1999), s 87

> Diskurser betecknar, konstruerar och konstituerar den sociala verkligheten genom att ge den mening, samtidigt som de formas av och uttrycker aspekter av denna verklighet.[23]

Den sociala verkligheten skapas och återskapas av de diskurser som råder i samhället genom att diskurserna ger samhället en förståelse för dess omgivning. Inom den diskursanalytiska metoden arbetar man efter nå förståelse för den valda diskursen. Det man söker svar på är hur fenomen framställs, ur vilken kontext diskurserna växer fram, och vad som finns inbäddat i diskursen genom att se på vad som skall förstås, men även på vad som inte uttrycks.[24]

> Diskurser har ett dubbelriktat och dialektiskt förhållande till samhället – både påverkar och påverkas av det – varför diskursanalysen kan vara en del av en undersökning som syftar till att förstå samhällsförändringar:[25]

Framställningen av coaching i medier får dubbla budskap, dels ger det en förståelse för fenomenet, dels hjälper framställningen till att upprätthålla fenomenet. På så sätt fungerar coachingdiskursen självlegitimerande genom att den strävar efter att framställa fenomenet som något *normalt* och därigenom något vanliga människor behöver. Diskursen rörande coaching skapar även en förståelse för de samhällsförändringar som skett i Sverige. Diskursen belyser samhällsideal som förstärker och uppmuntrar till individuella framgångar till skillnad från de tidigare svenska idealen som handlade om gemenskap och välfärd åt alla.

Genom att analysera diskurser skapas en förståelse för hur samhället påverkas av de konstruktioner som återges i diskursen.

> … analysen bör bidra till en förståelse av diskursens förutsättningar och ursprung i en speciell samhällelig kontext och/eller dess konsekvenser genom de sociala konstruktioner av verkligheten, som de skapar och vidmakthåller.[26]

[23] ibid. s 85
[24] ibid. s 90
[25] ibid. s 91
[26] ibid. s 88

Studien av coachingdiskursen ger en förståelse för hur samhälleliga villkoren ger utrymme för coaching. Analysen kommer att kopplas till teorier förankrade i den samhällsomvandlig som sker i och med att vi går mot ett allt mer individualiserat samhälle.

4.2.1 Diskursens språk och berättigandet

Diskursen inom coaching är riktad direkt till läsaren, genom att använda termen *du* skapas en dialog med läsaren och diskussionen plockas ner på en personlig nivå. Det är framförallt på de webbaserade hemsidorna, vilka fungerar som marknadsföring som termen *du* används. Coachingen riktar sig till läsaren för att få den att bli intresserad av verksamheten. I tidningarna är diskursen inte lika riktad till läsaren.

Inom coachingdiskursen används framförallt kraftfulla ord och superlativ när det gäller att visa på vad coaching kan åstadkomma, exempel på dessa är; *lycka, misslyckas, stjärna, drömmar, framgångsrikt, meningen med livet, livsglädje*. Användandet av superlativ skapar attraktionskraft till texten. Orden spelar på ännu inte uppnådda tillstånd för att locka till sig klienter. Texten hade inte haft samma slagkraft om det exempelvis stod: *Använd dig av coaching och må lagom bra.*

För att förstå en diskurs är det viktigt att undersöka vilket sätt diskursen upprätthålls och legitimeras. Coachingdiskursen skapar ett berättigande genom att hänvisa till behovet av vägledning. Självlegitimering förekommer inom området, genom att coachen påvisar sin egen väg med historier i stil med *”jag var på botten, men se nu hur lycklig jag är, med hjälp av min egen coaching”*.[27] Denna självlegitimerande kraft är svår att förringa. Genom hänvisningar till forskning, prestationsresultat och tidigare klienters drömresor skapas och upprätthålls diskursen.[28] I det empiriska materialet var det stora skillnader mellan artiklarna och hemsidorna i avseende på hur diskursen upprätthölls. Tidningsartiklarna är mer inriktade på att ge en nyanserad bild av fenomenet medan hemsidorna enbart gav en positiv bild av coaching.

[27] Exempel på detta är coacherna Hans Thörn, som gick igenom en 17 årig förlamande ångest innan han tillslut uppfann sig egen metod till framgång, och Mia Törnblom, som gärna berättar om sitt förflutna som kriminell och narkotikamissbrukare. www.miatornblom.se, www.innersoulresponse.com
[28] Andersson s 109- 117

4.2.2 Användandet av det empiriska materialet

Studien handlar om coaching som samhällsfenomen, fokus ligger i diskursen som sådan, inte hos den enskilda coachen eller coachingföretagen. Sålunda kommer jag att neutralisera dem genom att inte namnge personer eller företag i analysen, utan enbart plocka ut det jag anser är relevant ur diskussionen.

> En fokusering av diskurser innebär att man inte är intresserad av vad specifika författare avsett med sina texter utan av den struktur, eller det regelsystem, som anger vilka möjliga utsagor och positioner som individer är hänvisade till för att delta i diskursen.[29]

Det intressanta är således vad som sägs och inte vem som säger det, men i noterna framgår det varifrån informationen kommer i från.

5 Teori:

Detta kapitel börjar med att kort introducera de teoretiker som jag har valt. Sedan kommer jag att inleda teoriavsnittet med individualismen och dess betydelse. Därefter går jag vidare till områdena identitet, flexibilitet och till sist kommer trygghet att diskuteras.

Mina teoretiska utgångspunkter finns hos sociologerna Zygmunt Bauman och Richard Sennett. Bauman med sin polsk-brittiska bakgrund och Sennett med sin amerikanska bakgrund innebär att de teorier som kommer att diskuteras har sina rötter i det västerländska samhället.

Individualismen ligger till grund för identitetsskapandets problematik, genom att individualiseringen skapar och skapas av identiteterna. Likaså råder det starka kopplingar mellan identitet, flexibilitet och trygghet. Alla dessa begrepp påverkar och påverkas av varandra, vilket leder till svårigheter när det gäller dess kategorisering. Kapitlet kommer att delas upp i olika avsnitt efter de teoretiska begreppen, och inte dess teoretiker. Baumans och Sennetts tankar och teoretiseringar som ligger nära varandras kommer därför att blandas om vartannat.

[29] Sahlin (1999), s 85

5.1 Individualisering

”Individualiseringen har kommit för att stanna”, och detta är något vi måste acceptera för att förstå den samhällsutveckling som sker.[30] Vi lever i förändringens tid, vilket gör att vi själva måste anpassa oss efter detta. I tidens anda ligger inte strävan efter ett enhetligt jag utan sökandet handlar om att anpassa sig efter de rådande förhållandena. Bauman menar att i och med individualiseringen ”*behöver man bli vad man är*” vilket innebär att man måste konstruera sig till det man föds att bli.[31] Individualiseringen handlar om att människor är unika varelser och besitter förmågan att förverkliga sig. Genom att man måste bli den man är, uppstår ett behov av att skilja sig från mängden. Särskiljandet genererar ett utrymme för coaching, genom att man ska skapar sig själv med hjälp av coachen. Det är klientens egen drivkraft som är motorn i coachingprocessen.

5.2 Identitet

Individualisering skapar fristående individer och Bauman utgår tydligt från att individer väljer att skapa sig själva och därigenom är självet under ständig konstruktion.[32] Likaså menar Sennett att den postmoderna synen på individen utgår ifrån att: ”Psyket befinner sig i ett tillstånd av oavbrutet varande – en aldrig färdigutvecklad jagidentitet”.[33] Genom att vi besitter möjligheten att själva välja vem vi vill vara, ökar de samhälleliga kraven på att vi måste maximera identiteten. Samtidens undermedvetna krav handlar om förändring och förnyelse, vilket innebär att vi inte ser oss själva som samma människa vid tjugo års ålder som vid femtio års ålder. Det räcker inte att ”*bara vara”* utan det ställs ständiga krav på att vi måste bli mer, större, bättre och vackrare. Självförverkligandet och skapandet av självet har inga begränsningar. Bauman menar att ett av de största dilemman som dagens människor står inför är:

> … inte så mycket hur de ska uppnå de identiteter som de vill ha och hur de ska få andra människor att erkänna dem – utan *vilken* identitet de ska välja och hur de ska hålla sig skärpta och vaksamma

[30] Bauman (2002)s 66
[31] ibid., s 176
[32] ibid., s 174
[33] Sennett (2003), s 185

> så att de kan göra ett annat val ifall den tidigare valda identiteten plockas bort från marknaden eller förlorar sin dragningskraft.[34]

Således krävs ständig uppmärksamhet från individen att bevara och upprätthålla valet av en attraktiv identitet. Coaching fungerar som ett vägledningsverktyg för att komma till rätta med självbilden i valet av identitet. Genom att söka sig till coaching förmodas det att individen strävar efter att skapa en modern och attraktiv identitet som samhället eftertraktar. Härmed blir Baumans dilemma aktuellt, problematiken kring vilken identitet som individen ska välja, eftersom det är i detta identitetens vägskäl som samtidens människor befinner sig i. Coachens uppgift blir följaktligen att hjälpa klienterna att se till att de oönskade egenskaperna, de delar av identiteten som förlorat sin dragningskraft, byts ut och uppdateras till de mer eftertraktade egenskaperna. Således skapas en attraktiv identitet.

Identiteten uppfattas som något anpassningsbart, som kan formas efter våra temporära behov och önskemål. Genom flexibiliteten som råder i samhället måste den individuella förmågan att anpassa sig öka. Man måste vara beredd på att byta arbete, partner, bostad ett flertal gånger under sitt liv. Behovet av vägledning för att identitetsmässigt ligga rätt i tiden, det vill säga att ständigt besitta en eftertraktad identitet, skapar en allt större marknad för coacher vars uppgift blir att förse människor med dessa identiteter. Vilka egenskaper som eftertraktas är beroende av vem man är och vart i livet man befinner sig. En tjugosjuårig man strävar inte efter samma mål som en femtiotreårig kvinna.

5.3 Flexibilitet

Flexibilitet, i min läsning av Sennett, handlar om att frihetskänslan ökar i takt med förändringsförmågan.[35] I det moderna samhället råder det underliggande krav på att man ska vilja förändras, förnyas och förflyttas, och om man inte vill detta ses det som ett misslyckande. *Vad man vill* spelar inte lika stor roll, huvudsaken är *att man vill* ha ständiga förändringar. Att nöja sig är att ge upp.[36] Flexibiliteten integreras i den moderna kulturen och man måste ta tillvara på de möjligheter som erbjuds.

[34] Bauman (2002) s 179
[35] Sennett (2003) s 68
[36] Ibid. s 121

> Den moderna riskkulturen är speciell på så sätt att det tas som ett tecken på misslyckande att inte flytta, att stabilitet snarare betraktas som ett halvdött tillstånd. Målet spelar därför mindre roll än själva uppbrottet.[37]

Genom att den flexibla världen finns tillgänglig måste man också ta till vara möjligheterna. Härigenom uppstår det underliggande krav på att utforska de möjligheter som livet bjuder på, att man inte bör nöja sig utan ständigt försöka uppdatera sin tillvaro. Det räcker inte med att den gamla bilen är funktionellt duglig, har man möjlighet ska man ha den senaste modellen och ständigt förnya sig. I ett liv med ständiga förändringar begränsas möjligheterna att se och förstå nuet, vilket medför att det endast är det förflutna som är möjligt att se ur ett helhetsperspektiv. Utifrån detta utvecklas den moderna identiteten som skapat sig ett behov av att kontinuerligt ”återhämta sig”.[38] Genom att det gror en ständig oro hos de moderna identiteterna ökar behovet av att koppla av.

Flexibiliteten medför en ny arbetsmarknad och det ställs nya krav på de aktörer som ska medverka. I förordet till ’*När karaktärerna krackelerar*’ skriver Gunnar Aronsson, professor i psykologi vid Arbetslivsinstitutet, om hur förändringarna på den svenska arbetsmarknaden går mot att ”de lösa anställningsformerna ökar på bekostnad av de fasta”, vilket är ett tecken på hur flexibiliteten får en allt mer dominerande ställning på arbetsmarknaden.[39] Sennett diskuterar problematiken med överutbildning på arbetsmarknaden, han menar att samhället behöver kompetent personal, men kanske inte i den utsträckningen som människor är benägna att utbilda sig.[40] Överutbildningen och det ökade antalet kvalificerade arbetare leder till att det inte räcker med att besitta den rätta kompetensen för att ha sin plats på arbetsmarknaden tryggad. Flexibilitetens arbetsmarknad kan således försvaga individen genom att det råder ständig oro för att hamna utanför marknaden.

5.4 (O)Trygghet

Flexibiliteten skapar en oro genom att det frambringar en stark otrygghet i och med att vi inte kan förlita oss på varandra och systemet. Den yttre omgivningen blir allt mer förgängligt i det moderna samhället där individualismen dominerar. Förgängligheten som tar sig uttryck i de

[37] Sennett (2003) s 121
[38] ibid. s 187
[39] Aronsson, (2003)
[40] Sennett (2003) s 123

allt lösare sammansättningarna, inom till exempel familj, arbete och utbildning, skapar ett bristande engagemang hos individen. Otryggheten som kommer till följd av flexibiliteten innebär ett frikopplande från gemenskaper. Bauman menar att otryggheten är en individualiserande kraft.[41] Ett ”ointresse och ett bristande engagemang är en logisk reaktion på känslan av att inte vara behövd.”[42] Att vara behövd är en betryggande egenskap, och känslan av att inte känna samhörighet leder ofta till en otrygghet.

> Oförutsägbarhet skapar oro och rädsla: världen är full av tillfälligheter och överraskningar, man får aldrig låta vaksamheten upphöra och bör aldrig lägga ner vapnen.[43]

Oförutsägbarheten och flexibiliteten som råder i samhället leder till att individer ständigt måste vara observanta på sin omgivning. Identiteten blir ett substitut för gemenskap vilket leder till att det skapas sociala rörelser i sökandet och jakten efter identiteten. [44] Då individen inte kan kontrollera eller förutspå de yttre omständigheterna skapas en otrygghet, och när man saknar trygghet resulterar detta i frustration.[45] Detta leder enligt Sennett till en ”*korttidsprincip*”, vilken innebär att inga långsiktiga mål sätts upp.[46]

> ”Kortsiktighetsprincipen” rubbar långsiktigt agerande, luckrar upp ömsesidigt förtroende och engagemang och frikopplar viljan från handlandet.[47]

Genom att kortsiktighetsprincipen försvagar det ömsesidiga förtroendet och engagemanget, skapas otrygghet och oro hos individen. Sennett talar om desorganisering av tiden vilket han menar skapar en avsaknad av långsiktiga tidsperspektiv och därmed en brist på ”hållbara relationer och varaktiga mål”.[48] Genom att långsiktigheten försvinner går det endast att planera för den närmsta framtiden. Detta leder till att de grundläggande värderingarna upplöses. Korttidsprincipen medför att ytliga gemenskaper uppstår, då relationen aldrig har som avsikt att bli långvarigt, vilket gör att man undviker att bli personlig och gå in på djupare diskussioner som kan skapa motsättningar.[49]

---

[41] Bauman (2002) s 35
[42] Sennett (2003) s 204
[43] Bauman (2002) s 172
[44] ibid. s 184
[45] Sennett (2003) s 174
[46] ibid. s 32, 36
[47] ibid. s 44
[48] ibid. s 137
[49] ibid. s 150

6. Analys:

Analysens första avsnitt handlar om identitetsskapandet. Här diskuteras det hur coaching uppmuntrar individen till att skapa sig själv med hjälp av coachen. Det andra avsnittet diskuterar coaching som business genom att analysera hur förhållandet mellan trygghet och flexibilitet påverkar och påverkas av coachingen. Detta avsnitt delas upp i olika underrubriker utefter skapandet av marknaden, upprätthållandet av marknaden samt ett ekonomiskt perspektiv på coaching.

Studien syftar till att nå en förståelse för hur coaching som diskurs och samhällsfenomen fungerar förstärkande av individualiseringen. Fokus i studien är att se hur coaching framställer individen och dess behov av att anlita coaching. Det centrala är huruvida behovet av att ha en professionell vägledare finns för att finna sig själv och fokus ligger på hur det skapas ett behov av coaching genom att det skapas en osäkerhet hos individen.

6.1 Skapandet av identiteten

Samhället går mot en tid där individualisering och identitetsskapande får allt större utrymme vilket gör att det konstrueras ett spelrum för den enskilde individens behov att förverkliga sig själv. Vad självförverkligandet egentligen består av är beroende av de individuella förutsättningarna och önskemålen hos varje enskild individ. Synen på identiteten är avgörande för förståelsen av coaching. Är vi enhetliga individer livet igenom eller bör identiteten liknas vid ett pussel där det går att plocka ihop det bitar man vill bestå av själv? Det centrala är hur coachverksamheter framställer identitet och individualisering och hur diskursen runt i kring skapandet av självet ser ut. Coacherna har tagit på sig rollen som vägledare till lycka och självförverkligande.

Coaching handlar i mångt och mycket om att fokusera på nuet och därigenom konstruera framtiden. De klienter som behöver hjälp med det förflutna hänvisas till sjukvården.[50] Framtiden är något som individen inte uppmanas att oroa sig för, eftersom klienten kan vara med och skapa den precis så framgångsrik som man önskar enligt coachen. Hos en av coacherna ges ”verktyg att själva bestämma hur de vill att deras framtid ska se ut”.[51] I dagens

[50] Kupé; *Coacher för allt – men vad gör de egentligen?*
[51] www.miatornblom.se

samhälle finns det underliggande krav på att människan hela tiden ska ligga på topp och ständigt vara lycklig.

> Du får självkänsla, trygghet och styrka att arbeta i den riktning som behövs för att du skall vara lycklig.[52]
>
> Alla de som inte är riktigt nöjda med sin situation och har kommit till insikten att de vi förverkliga sig själva.[53]

Citaten ovan hänvisar till att lycka är något individen själva konstruerar genom skapandet och utvecklingen av identiteten. Lycka och känslan av att vara ”*riktigt nöjd”* är därmed något som finns tillgängligt för dem som anlitar en coach. Dessa citat uppmanar läsaren att känna efter riktigt ordentligt hur man *egentligen* mår, vilket kan framkalla tvivel och osäkerhet. Coacherna tar på sig ansvaret i vägledningen mot trygghet, som Bauman visar minskar trygghet i och med att gemenskaperna upplöses. Den otrygghet som kvarstår skapar en individualiserande kraft.[54] Stärkandet av identiteten sker i en riktning från gemenskap, vilket förstärker individualiseringen. Det uppstår här ett motsatsförhållande mellan de starka och trygga identiteterna som coachingen konstruerar och den bristande gemenskap som kvarstår. När man saknar trygghet och kontroll över den egna situationen skapas en frustration och osäkerhet hos individen.[55]

I artikeln om killarna på jakt efter kärlek, kunde läsaren möta en förstagångsdeltagare i kärlekscoaching som uppgav att förhoppningarna med helgens coaching var att stärka självkänslan och att han ”ville lära sig att inte bry sig så mycket om vad andra tycker”.[56] Stärkandet av självkänslan kan liknas vid att skapa sig en tydligare identitet. Genom att lära sig att inte bry sig om vad andra tycker strävar han efter att nå en inre trygghet. Detta fungerar identitetsskapande samtidigt som det leder till ett isolerande från gemenskapen genom att inte beakta omgivningens åsikter. Följaktligen kan deltagaren i kärlekscoachingen ses sträva efter att *bli sig själv* genom att skilja sig från omgivningens åsikter.

Det finns starka önskningar om att livet ständigt ska vara roligt, och i de stunder då livet inte är så roligt som man önskar uppstår lätt en frustration. ”Den tids- och kraftödslande

[52] www.professionellcoach.se
[53] Kupé; *Coacher för allt – men vad gör de egentligen?*
[54] Bauman (2002) s 35
[55] Sennett (2003) s 174
[56] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Blyga killar köper hjälp av kärlekscoach*

aktiviteten att sätta samman, montera ner och rekonstruera självidentiteten är en annan 'ersättningsförströelse'".[57] Bauman använder sig av termen "*identitetsbyggare*" för att betona de individer som ger sig hän att förverkliga sina identiteter. Detta kan tolkas som att coachingen bara är ett tidsfördriv, för att leka med den egna identiteten och förmågan av att skapa och utveckla självet. Eller bör coaching ses som något mer betydelsefullt än en "*ersättningsförströelse*"?

Inom kärlekscoachingen bryter coacherna mot de oskrivna reglerna som rör coachandet, nämligen rådgivandet då en del av kursen handlar om att observera och ge killarna tips och instruktioner om hur de kan agera annorlunda.[58] En av de andra coacherna i det empiriska materialet menar att "Effekten blir så otroligt mycket starkare när klienten själv kommer på lösningen",[59] och det är därför som coachens roll inte ska vara rådgivande utan endast vägledande genom att ställa de rätta frågorna. När coaching blandas med rådgivande uppstår en blandmetod, som handlar om coaching med inslag av rådgivning.

På en av coachingföretagens hemsida förklaras att coachingen bygger på Förtroende, Närhet, Direkt Kommunikation och Partnerskap mellan coachen och klienten.[60] Bauman använder sig av metaforer för att förtydliga hur han ser sambandet mellan identitet och gemenskap; "Identiteten gror på gemenskapernas kyrkogård, men blomstrar tack vare sitt löfte om att återuppväcka de döda".[61] I jakten på identiteten skapas en gemenskap mellan coachen och klienten, men denna gemenskap växer på falska grunder. I mötet och närvaron mellan coachen och klienten stärks identiteterna genom att de möts i ett gemensamt engagemang, men när coachingsessionen är slut dör successivt det ömsesidiga engagemanget ut.

6.2 Coaching som business

Detta avsnitt kommer att analysera olika aspekter av den företagsverksamhet som coaching är.

I detta avsnitt kommer först att behandla skapandet av marknaden för coacher att analyseras. Marknaden skapas genom att belysa en oro och säkerhet hos individen. Coachingen har sin

[57] Bauman (2002) s 183
[58] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Blyga killar köper hjälp av kärlekscoach*
[59] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Vilda vovvens matte möter coachen*
[60] www.coachcompaninon.se
[61] Bauman (2002) s184

framväxt i det individualiserade samhället, och i skapandet av en marknad framställs individerna allt mer fristående. Därefter diskuteras hur legitimeringen och behovet av coaching ser ut. Detta genom att granska hur berättigandet av coaching framställs i diskursen. Avslutningsvis kommer de ekonomiska aspekterna rörande coaching att analyseras.

6.2.1 Skapandet av marknaden

I skapandet av en marknad används olika metoder för att få individer att känna att det har ett behov av att bli coachade. På en av coachverksamheternas hemsida kan man läsa att 61 % av befolkningen ”*plågas*” av lågt eller dåligt självförtroende, varifrån denna siffra kommer redovisas dock inte.[62] Genom att påvisa att sex av tio människor ”*plågas*” av en anledning som de kan göra något åt, försöker coacherna skapa en marknad genom att locka fram klienternas osäkerhet. Samtidigt som de påstår att det mänskliga normaltillståndet är att må dåligt eftersom det är något som 60 % av befolkningen gör.

Två av de olika coachföretagen - lockar privatpersoner till sina coacher med frågor som:

> Vill du utvecklas som person? Hitta fram till vad du vill? Hitta ett jobb, en ny partner, meningen med livet? Lösa de problem som förmörkar ditt liv just nu? Hitta (tillbaka till) livsglädjen?[63]

> Att ge kunden den framgång de verkligen vill ha, men trodde var omöjlig. Att ge varje individ tillbaka livsgnistan och uppnå sina drömmars mål. Att hjälpa kunden bara se möjligheter i vått och torrt. Att kunden uppnår konkreta mätbara yttre resultat, genom inre utveckling.[64]

Coachingen är tvetydig, dels uppmanas endast de med verkligt behov söka sig till coaching och dels skapas ett behov hos varenda en. Att inte vilja utvecklas som person uppfattas som felaktigt, man utvecklas och måste vilja utvecklas hela livet. Sennett påvisar detta genom att hänvisa till att inte vilja flytta ses som ett halvdött tillstånd.[65] Flyttande kan ses som en metafor för det moderna livet, vars allt mer ökade flexibilitet ställer krav på ständigt flyttande. Meningen med livet kopplas gärna samman med att man har en mening i livet, vilket handlar om att känns sig behövd. Som tidigare påpekats, menar Sennett, att ointresse och bristande

[62] www.confidence.nu
[63] www.coachcompanion.se
[64] www.infinitcoach.com
[65] Sennett (2003) s 121

engagemang är resultat av att inte känns sig behövd. Coacherna framställer sig själva som vägen tillbaka till meningen med livet och livsglädjen.

De samhälleliga kraven på att ideligen förnyas göra att det blir berättigat för alla att använda sig av coaching samt att behovet skapas hos alla. Med hjälp av enkla medel kan individen utforma ett framgångsrikt liv. Ett annat sätt att påvisa behovet av en coach är att hänvisa till hur redan framgångsrika människor gör:

> Gör som stjärnorna – anlita en professionell coach och få privat coachning! Bland de mest framgångsrika sätten att nå sina drömmar och få leva ett rikare liv är att få support av en professionell coach. Det vet både idrottsstjärnor och andra ”kändisar”. Bli en stjärna i ditt eget liv du också! [66]

Anlitandet av en professionell coach leder, enligt coachföretaget ovan, till att man kan nå sina drömmar och leva ett rikare liv. Underförstått ska läsaren förstå att stjärnor och andra kändisar lever sina drömmar, och för att nå hit har de blivit coachade. Kändisar blir härigenom ett ideal som den vanliga individen ska sträva efter.

6.2.2 Upprätthållandet av marknaden

Det som tidigt kännetecknat den svenska arbetsmarknaden är trygghet, med hjälp av generösa kollektivavtal har arbetaren fått sitt arbete tryggat. I dagens samhälle och den tid som vi går till mötes ser tendenserna ut att gå i motsatt riktning, som tidigare nämnts går den svenska arbetsmarknaden mot allt lösare anställningsformer.[67] Detta bör ses som ett tecken på den allt mer dominerade ställningen flexibilitet får i samhället.

Individualiseringen medför en frihet på arbetsmarknaden samtidigt som denna frihet sker på bekostnad av den allmänna tryggheten, som går förlorad. Coacher får en alltmer naturlig plats på arbetsmarknaden, genom att arbetstagare och arbetsplatser skall uppdateras allt fortare. Den coachande rollen handlar om att uppmuntra och effektivisera.

> Arbetet tar en stor del av människors tid idag. Därför ifrågasätter vi också det vi sysslar med och vill hitta en meningsfullhet. Ju

[66] www.coachcompanion.se
[67] Aronsson (2003)

> effektivare vi jobbar och får betalt för detta, desto mer tid får vi över för att må bra och ta hand om våra relationer.[68]

Det är en paradoxal värld vi lever i, allt vi gör går fortare och arbetsmarknaden blir allt mer effektiv. Trots detta upplevs det som att vi får mindre och mindre tid över för att ”leva”, och härigenom skapas behov av vägledning för att hinna med livet. Flexibiliteten medför ett behov av ideliga krav på förändringar. De ständigt underliggande kraven på att förnya och förbättra sin livssituation och sin plats på arbetsmarknaden leder till ett ifrågasättande av meningsfullheten.

Diskursen betonar behovet av coaching genom att framhäva att coachen kommer fylla en funktion som individens omgivning inte kan göra.

> En coach värderar aldrig det du säger och har inget eget intresse i dina mål kanske till skillnad från familj, vänner och chefer.[69]

Coachen sätter sig på detta sätt framför klientens vänner, familj och arbetskamrater vilket leder till att coachandet har isolerande effekter på individen, genom att dess naturliga gemenskap förringas. Hänvisningar till coachens neutralitet jämfört med omgivningens värdesättande är ytterligare ett sätt att isolera individen. Klienten uppmanas att tvivla på sin omgivning vilket förstärker dess otrygghet och i vidare bemärkelse leder det till att coachen får en allt viktigare roll i klientens liv. Om coachandet ska förbli en självklar del av livet eller inte råder det delade meningar om. Som tidigare nämnts ställer sig en av coacherna i Sydsvenska Dagbladets tredelade artikelserie sig ”kritisk mot försök att framställa coaching som en nödvändig och långvarig experthjälp”.[70]

Det finns en tro på att man kan nå hur långt man vill. Dagens unga har socialiserats in i en roll med tron på att allt är möjligt och att man bör ha ett stort självförtroende. Det finns krav på att allt ska vara roligt hela tiden och att man inte ska behöva kämpa allt för mycket för att nå dit man vill. I en artikel, i Svenska Dagbladet, stod det om ungdomars ohälsa och mentala problem rörande framgång, och skammen över att inte nå den framgång man blivit införstådd med att man skulle nå.[71] Artikeln har sin utgångspunkt i psykoterapimottagningen ”*Unga*

[68] Kupé; *Coacher för allt – men vad gör de egentligen?*
[69] www.professionellcoach.se
[70] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Coacher kan göra oss omyndiga*
[71] Skammen att inte vara perfekt, Svenska Dagbladet, 5 mars 2008

vuxna” där terapeuterna arbetar för att klienterna ska nå en realistisk syn på livet och framgång.

6.2.3 Coaching som business ur ett ekonomiskt perspektiv

Coaching är en blomstrande företagsidé vilket märks tydligt genom att utbudet av coacher blir allt större. Den ekonomiska problematiken ligger i att coacher ofta tar på sig välgörenhetens kappa i sitt vinstdrivande syfte, något som går emot den svenska värdegrunden. Den ekonomiska aspekten är viktig att lyfta fram och diskutera eftersom coaching är en ny företagsverksamhet. Mycket av coachandet egenskaper skulle kunna tillskrivas egenskaperna hos en god medmänniska. Coachandet som företagsidé handlar om att klienterna köper tjänster av coachen, detta är något som förringas i diskursen där fokus istället ligger på självförverkligande. Idéer skapar kapital, ju mer originella dessa är desto mer attraktiva och unika blir de på marknaden.[72] Detta kan ses som en förklaring till utvecklingen av de allt mer specificerade coachverksamheterna.

Coachandet frodas i en bransch där pengar tjänas på andras olyckor. Genom att coacher är anslutna till vinstdrivande företag kan det antas att coachingen uppmuntras i något högre grad än nödvändigt. Ett av de coachföretagen som nämns i Sydsvenska Dagbladet menar att ”de visserligen tar betalt för sina kurser, men att deras engagemang är äkta och viktigare än pengarna”.[73]

Andra coachföretag motiverar sina (ofta väldigt höga) avgifter med att:

> Jag tar ordentligt betalt av dem som har möjlighet att betala, så att jag får råd att jobba ideellt med dem som behöver vägledning men inte alltid har råd att skaffa den.[74]

> Min filosofi är att det ska svida en aning, du ska inte kunna avboka och betala utan att det berör din ekonomi.[75]

Detta är två helt olika motivationen samtidigt som det finns likheter. Coachen i det övre citatet har välgörenheten som ger skäl för kostnaderna genom att ju högre kostnader som hon

[72] Bauman (2002) s 38
[73] Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Vilda vovvens matte möter coachen*
[74] www.miatronblom.se
[75] Kupé; *Coacher för allt – men vad gör de egentligen?*

tar ut desto mer kan hon arbeta ideellt. Coachen i det nedre citatet använder sig också av ett välgörande syfte, men detta mer för den enskilde individen. Genom att minska benägenheten att avboka sin coaching menar han att klienten tar sitt uppdrag på större allvar. Härigenom rättfärdigas de höga kostnaderna med att det är för att klienten ska ta sitt coachande på allvar.

7. Sammanfattning och egna reflektioner

Detta avslutande kapitel börjar med ett sammanfattande avsnitt av studien, för att sedan gå över till mina egna reflektioner och avslutningsvis diskuteras förslag på vidare forskning.

Syftet i studien var att nå en djupare förståelse av fenomenet coaching i det svenska samhället. Genom att se hur diskursen kring coaching förstärker individualiteten via belysandet av hur självförverkligandet anspelar på trygghet och flexibilitet.

7.1 Sammanfattning

I förståelsen av coaching är det viktigt att veta att den rådande synen på identitet är att den är formbar och kan omskapas utefter aktuella önskemål. De områden jag valt att fokusera på är synen på identitet, hur behovet av coaching skapas och upprätthålls genom anspelningar på trygghet och flexibilitet samt ett ekonomiskt perspektiv på coaching. I analysen framkom det att diskursen kring coaching förstärker individualiseringen genom att framställa individen som fristående och isolera denne från sin omgivning.

Behovet av coaching konstrueras genom att hänvisa till att maximal lycka och välmående finns tillgänglig om individen bara anlitar en coach. I diskursen finns det en underton som bygger på missnöje, genom att visa på att majoriteten av svenskarna ”*plågas*” av lågt eller dåligt självförtroende. Detta gör att om man tillhör normen bör man ha dåligt självförtroende, vilket uppmuntrar till känslan av ”*att inte duga*” som man är, samtidigt som det upprätthåller marknaden. Den empiriska studien visar på att diskursen betonar behovet av coaching genom att sätta coachens funktion framför klientens omgivning, vilket resulterar i att individens naturliga gemenskap förringas. Stärkandet av identiteten sker således i en riktning från gemenskap, vilket förstärker individualiseringen.

De ekonomiska aspekterna på coaching är viktigt att belysa genom att de flesta av coachernas egenskaper skulle kunna tillskrivas goda medmänniskor. I diskursen framhävs den goda viljan och faktumet att det kostar pengar att besöka en coach tonas ner. När den ekonomiska aspekten kommer på tal understryks det välgörande syftet med coachingen.

7.2 Egna reflektioner

Individualiseringen är här för att stanna och vi går mot en tid där individens roll stärks allt mer. Det svenska samhället anammar många trender från det stora landet i väst där tävlingsmentaliteten och framåtandan är större, coaching är en av de trender som det svenska samhället har anammat. Allt tyder på att coaching kommit att stanna, men jag tror kommer att den kommer att anpassas, utvecklas och skapa ett mer balanserat förhållningssätt till den svenska kulturen.

Detta till trots ställer jag mig med viss tvekan till det eskalerande behovet och utbudet av coaching. I en tid där den mentala ohälsan växer trots att det svenska samhället får allt bättre materiella förutsättningar för att leva bra liv. Kanske vi alla måste ta oss i kragen och acceptera livet som det är och försöka uppmuntra det i vår omgivning, istället för att gräva ner oss i behovet av yttre bekräftelse och en värld där vi måste söka hjälp från utomstående coacher för att känna oss nöjda med livet.

Lycka och välmående diskuteras aldrig utifrån ett solidariskt perspektiv i den rådande coachingdiskursen. Lycka blir således en individuell framgång, oberoende av sin omgivning. Ett resonemang rörande behovet av gemenskap och solidaritet som grund för lycka skulle jag vilja se inom coachingdiskursen.

7.3 Vidare forskning

Genom den stora ökningen av coaching i samhället skapas det därmed ett stort behov av att studera vad coaching egentligen innebär. Vidare studie borde göras i hur klienterna upplever coachens vägledande roll och om vägledningen är lika neutral som den framställer sig att

vara. Överhuvudtaget saknas det långtidsstudier av coachingens effekter, saknaden av dessa studier kan förklaras med att fenomenet är relativt nytt.

Coaching stärker den enskilda individens identitet och självupplevelse, studier rörande hur detta påverkar den sociala kontexten individen befinner sig i. Fungerar gruppen bättre som samtliga deltagare blir coachande eller tar effekterna ut varandra?

En studie i hur coacherna legitimerar sig själva utifrån dess egna erfarenheter från att ha befunnit sig på botten, men dess utgångspunkt: om jag kan, kan du! Det finns nästan en religiös underton inom mycket av coaching och härigenom menar jag att det skulle vara intressant att göra en studie där det dras paralleller mellan coaching och religiösa sekter.

Referenser:

Andersson, Anita; *Attraktiva skönhetsoperationer*, s 102 – 127 i Börjesson, Mats & Palmblad Eva (red.), *Diskursanalys i praktiken*, Stockholm, Liber, 2007.

Bauman, Zygmunt, *Det individualiserade samhället*, Göteborg Daidalos. 2002 .

Johansson, Thomas, *Makeovermani om Dr Phil, plastikkirurgi och illusionen om det perfekta jaget*, Stockholm Natur & Kultur, 2007.

Nilsson, Jenny & Sykes Julian, *Att bli coachad ger en kick! – en studie av fenomenet och trenden coaching*, Lunds Universitet Campus Helsingborg, Institutionen för Service Management, Magisteruppsats 10 poäng, Våren 2007.

Sahlin, Ingrid, *Diskursanalys som sociologisk metod* s 83-106; I Sjöberg, Katarina, Red. *Mer än kalla fakta*, Lund, Studentlitteratur, 1999.

Sennett, Richard, *När karaktärerna krackelerar – Människan i den nya ekonomin*, Stockholm, Bokförlaget Atlas, 1999.

Wikström Seltman, Cornelia, *Affärs- och chefscoaching? Framtidens företagsutveckling?* Lunds Universitet, Magisteruppsats, Kognitionsforskning, 2007

Tidningar:

1. Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Blyga killar köper hjälp av kärlekscoach*, A 12-13; måndag 14 april 2008
2. Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Vilda vovvens matte möter coachen*, A 10-11 tisdag 15 april 2008
3. Sydsvenska Dagbladet artikelserie; *Ett coachat liv*; *Coacher kan göra oss omyndiga*, A 12-13 onsdag 16 april 2008
4. Kupé; *Coacher för allt. Men vad gör de egentligen?* s 14-18 # 12/1 2007-2008
5. Svenska Dagbladet; *Skammen att inte vara perfekt*, 5 mars 2008

Elektroniskt material:

1. www.coachcompanion.se (2008-05-12)
2. www.innersoulresponse.com (2008-05-12)
3. www.miatornblom.se (2008-05-12)
4. www.coach-sm.se (2008-05-12)
5. www.confidence.nu (2008-05-12)
6. www.professionellcoach.se (2008-05-12)
7. www.infinitcoach.com (2008-05-12)
8. www.ne.se (2008-05-25)