



”Kommunikation och pedagogiska relationer”

- En fenomenografisk studie kring betydelsen av mellanmänsklig kommunikation

Författare: Maria Alwén

Handledare: Lotta Johansson

Kandidatuppsats: PEDK01, 15 hp

Vårterminen 2014

Lunds universitet

Sociologiska institutionen

Avdelningen för pedagogik

Författare: Maria Alwén

Titel: ”Kommunikation och pedagogiska relationer”

- En fenomenografisk studie om betydelsen av mellanmännisklig kommunikation.

Kandidatuppsats: PEDK01, 15 hp

Handledare: Lotta Johansson

Institutionen för Pedagogik, vårterminen 2014

Abstrakt:

Syftet med denna kandidatuppsats i pedagogik har varit att undersöka vilken betydelse mellanmännisklig kommunikation har för organisationer och verksamheter. Uppsatsens utgångspunkt hamnar varken i traditionell arbetslivspedagogik eller organisationslärande. Dessa två inriktningar är en del av uppsatsens teoretiska utgångspunkter men även pedagogisk retorik och relationell pedagogik används för att belysa fenomenet. Studien har utförts med en kvalitativ ansats i form av fyra delvis strukturerade intervjuer med en fenomenografisk metodansats med fyra anställda inom ett service företag. Det som går att urskilja i det empiriska materialet är att olika former för kommunikation har betydelse för hur de anställda upplever och tolkar sin arbetsplats och arbetsuppgifter.

Nyckelord: pedagogik, arbetslivspedagogik, relationell pedagogik, pedagogisk retorik, organisations pedagogik, mellanmännisklig kommunikation, internkommunikation.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	4
1.1 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	5
1.2 PEDAGOGISK RELEVANS.....	5
1.3 AVGRÄNSNINGAR.....	5
2. TIDIGARE FORSKNING	6
2.1 ORGANISATIONER OCH INTERN KOMMUNIKATION.....	6
2.2 ATT KOMMUNICERA ELEKTRONISKT INOM ORGANISATIONER.....	7
2.3 KÄNSLOR OCH RATIONALITET INOM ORGANISATIONER.....	8
3. TEORI	9
3.1 VARFÖR VILL VI KOMMUNICERA OCH VAD ÄR MELLANMÄNSKLIG KOMMUNIKATION.....	9
3.2 INTERNKOMMUNIKATION.....	10
3.3 OLIKA INFORMATIONSKANALER.....	10
3.4 ORGANISATIONS PEDAGOGIK.....	11
3.5 RELATIONELL PEDAGOGIK.....	12
3.6 PEDAGOGISK RETORIK.....	12
3.7 ETHOS, PATHOS OCH LOGOS.....	14
3.8 FÖREBILDIGHET OCH DET PEDAGOGISKA BIOLOGISKA VILLKORET.....	14
3.9 SAMTAL FÖR UTVECKLANDE AV YRKESKUNNANDE.....	15
4. METOD	15
4.1 VETENSKAPSFILOSOFI OCH METODANSATS.....	16
4.2 FENOMENOGRAFI.....	16
4.3 KVANTITATIV ELLER KVALITATIV METOD.....	17
4.4 METODVAL I FROM AV SEMISTRUKTURERAD INTERVJU.....	18
4.5 EGEN FÖRFÖRSTÅELSE OCH VAL AV ÄMNE.....	18
4.6 ETISKA ÖVERVÄGANDEN.....	20
4.7 URVAL.....	20
4.8 VALIDITET.....	21
4.9 RELIABILITET.....	22
4.10 TEMATISERING.....	22
4.11 GENERALISERBARHET.....	23
5. RESULTAT OCH ANALYS	23
5.1 FENOMENOGRAFISK ANALYS.....	24
5.2 EN ÖVERGRIPANDE INTRODUKTION TILL RELATIONERNA.....	24
5.3 EN ÖVERGRIPANDE BILD AV KOMMUNIKATIONEN.....	25
5.4 KOMMUNIKATION VIA EPOST.....	25
5.5 ATT TOLKA SITT ARBETE UTIFRÅN EPOST.....	26
5.6 KÄNSLOR OCH KOMMUNIKATION VIA EPOST.....	28
5.7 ATT ARBETA ENSAM OCH KÄNNA MENING.....	29
5.8 UPPLEVELSE AV DELAKTIGHET I ORGANISATIONEN.....	30
5.9 SAMMANFATTNING AV RESULTAT OCH ANALYS.....	32
5.9.1 Vilken betydelse har mellanmänsklig kommunikation för organisationer och verksamheter?.....	32
5.9.2 Vilken betydelse har den mellanmänskliga kommunikationen för de anställdas uppfattning av sin arbetsplats och sitt arbete?.....	32
5.9.3 Hur kan mellanmänsklig kommunikation förstås som pedagogiska relationer?.....	33
6. DISKUSSION OCH AVSLUTANDE REFLEKTION	33
7. REFERENSLISTA	36

1. Inledning

Pedagogik är ett ämne som både är relevant för och intresserar många delar av vårt samhälle. Därmed finns ett otal olika inriktningar inom den pedagogiska forskningen, varav en är pedagogik med inriktning på arbetsliv och organisationslärande. I senare forskning inom organisationslärande har man uppmärksammat hur känslor påverkar vårt lärande och således vårt yrkesliv. Inom organisationer arbetar vi inte avskildhet utan det sker ständigt olika former för samarbete, påverkan, organisering, motiverande och strävan efter mål som syftar till att uppnå resultat vilket är handlingar som alla involverar emotioner. Därmed är det av relevans för en organisations framgång att förstå dessa i förhållande till vårt arbete och lärande inom denna (Filstad 2012 s. 213).

Ytterligare ett område inom vilket känslor ägnas allt mer uppmärksamhet är inom internkommunikation i organisationer. Allt fler som arbetar med kommunikation i organisationer intresserar sig för vilken betydelse dessa har för organisationen som helhet. Detta bland annat då internkommunikation har visat sig vara en faktor för att skapa tillit, motivation och engagemang för de anställda i sitt arbete. Detta gynnar alltså hela organisationen och de organisationer som lyckas skapa dessa arbetsmiljöer utmärks ofta av en öppen kommunikation (Mishra K, Boynton, Mishra A 2014 s. 184).

Denna uppsats syftar till att undersöka vilken betydelse mellanmänsklig kommunikation har för verksamheter. I tidigare forskning inom både arbetslivspedagogik och kommunikationsvetenskap har man som precis nämnts uppmärksammat att emotioner och interkommunikation är viktiga faktorer för verksamheten. Däremot tycks det finnas mindre forskning där man i samband med detta även talar om *varför* eller *vad* det är i kommunikationen som viktig. Därmed kommer uppsatsen inte enbart ha en helt traditionell utgångspunkt i kommunikationsvetenskap, arbetslivs pedagogik eller organisationslärande. Utan även relationell pedagogik och retorisk pedagogik kommer inkluderas i arbetet för att försöka belysa fenomenet.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att undersöka vilken betydelse mellanmänsklig kommunikation har för organisationer och verksamheter, samt vad det är i kommunikationen som kan förstås som viktig. De frågeställningar som formulerats utifrån detta är:

- Vilken betydelse har mellanmänsklig kommunikation för organisationer och verksamheter?
- Vilken betydelse har den mellanmänskliga kommunikationen för de anställdas uppfattning av sin arbetsplats och sitt arbete?
- Hur kan mellanmänsklig kommunikation förstås som pedagogiska relationer?

1.2 Pedagogisk relevans

Pedagogik och pedagogiska frågor som rör arbetslivet är ett område som i sig omfattas av ett stort intresse. Anledningarna till detta kan vara många men ett exempel kan vara att kunskap med hjälp av utbildning och lärande i arbetslivet ses som en drivkraft inom den moderna ekonomin och arbetsmarknaden. På så vis kan även forskning som inriktar sig på det lärande och utbildning som sker inom arbetslivet sägas ha en ett anspråk på att potentiellt vara en samhällsförbättrande kraft (Tedenljung 2008 s. 11). I uppsatsen är önskan att undersöka vilken betydelse mellanmänsklig kommunikation har för organisationer och verksamheter. Som metodologisk ansats för studien har en fenomenografisk utgångspunkt valts vilket innebär att fokus riktas mot hur de individer som arbetar inom företaget förstår fenomenet. Insikt om hur detta förstås av dem som berörs av fenomenet utgör i sig en god grund för att på ett meningsfullt sätt försöka utbilda dem som berörs av fenomenet, med vilket det alltså följer en viss pedagogisk relevans i sig (Uljens 1989 s. 14).

1.3 Avgränsningar

I samband med uppsatsen har olika former för avgränsningar varit nödvändiga. Ämnet för uppsatsen är till exempel ett område som skulle kunna undersökas på otaliga sätt. För denna studie har det ansetts mest lämpligt att fokusera på en verksamhet och utföra ett färre men djupare antal intervjuer. Detta för att istället få fördelen att dessa relaterar till samma verksamhet och har mer djup i sina beskrivningar. I förhållande till studiens tids och storleks omfång ansågs det mer lämpligt att begränsa sig på ett mindre område och omfång av kvalitativt material för att istället kunna lägga större fokus på detta. Syfte och formulering av frågeställningar är dock utformade som vad fenomenet har för betydelse för *organisationer*

och *verksamheter* varför dessa är formulerade på detta vis då studien endast är utförd inom en verksamhet diskuteras under avsnittet kring generaliserbarhet.

2. Tidigare forskning

Under denna rubrik kommer relevant forskning som tidigare gjort inom uppsatsens område att presenteras. Detta inkluderar bland annat hur man i nyare forskning kommat att uppmärksamma vilken betydelse olika former för interkommunikation har för verksamheter i sin helhet. Den tidigare forskningen inkluderar även hur känslor som länge ansetts tillhöra den privata sfären har betydelse även för det arbete som tar plats inom verksamheter och på vilket sätt detta får betydelse.

2.1 Organisationer och intern kommunikation

Allt fler organisationer och personer som arbetar med PR har börjat intressera sig för vilken betydelse internkommunikation med de anställda har för verksamheter. Detta har bland annat undersökts med hjälp av intervjuer med PR – chefer som talar om hur en transparent interkommunikation mellan chefer och anställda kan få anställda att känna engagemang för arbetet i organisationen (Mishra K, Boynton, Mishra A 2014 s. 183). Historiskt sett har både de studier och dem som arbetat inom området mer intresserat sig för relationen mellan organisationen och det allmänna, alltså relationen mellan verksamheten och omvärlden. Detta har skett på bekostnad av förståelsen av relationen *inom* organisationen, alltså relationen mellan anställda och chefer till exempel (Mishra K, Boynton, Mishra A 2014 s. 185). Det nya intresset för interna relationer är dock befogat då en studie av *the Great Place To Work Institute* menar att anställda arbetar och trivs bäst när de upplever tillit för dem de arbetar för, trivs med kollegorna och känner yrkesstolthet (Mishra K, Boynton, Mishra A 2014 s. 183). Internkommunikation mellan chefer och anställda genom till exempel historieberättande, informell kommunikation och coaching var faktorer som påverkade de anställdas motivation och arbetsengagemang. Detta resulterade ibland annat förbättrade intäkter då de anställda blev motiverade att förse kunder med bättre service. De anställdas tillgång till information tillsammans med sina egna färdigheter och kunskaper möjliggör att de anställda kan tala för sin organisation till sina kunder, vilket framställer organisationen i gott ljus då nöjda anställda förmedlar ett gott intryck av sin arbetsplats. De organisationer som lyckas skapa dessa arbetsmiljöer utmärks alltså ofta av en öppen kommunikation (Mishra K, Boynton, Mishra A 2014 s. 184).

På motsatt sätt har denna tillit visat sig kunna utebli hos de anställda genom att den interna kommunikationen inte fungerat och varit en stor faktor till att organisationens ledning och trovärdighet ifrågasatts. För att förebygga detta bör man alltså undersöka vilka sätt som används för att kommunicera olika budskap och hur de tas emot. Det sätt som visat sig vara ett av de bästa är *face to face* kommunikation. Detta eftersom denna form av kommunikation har goda förutsättningar för att undvika oklarheter och osäkerhet i vad som förmedlas (Mishra K, Boynton, Mishra A 2014 s. 186,187). *Face to face* kommunikation som är en kombination av både kommunikation och interaktion är ett av de kommunikationssätt som har störst genomslag när man vill förmedla information som upplevs som trovärdig. Detta eftersom den tillåter en djupare förståelse av budskapet då det förstärks av vårt ansikte och kroppsspråk. Detta bidrar till att informationen har större potential att uppfattas som trovärdig än om den endast skulle mottas i skriftlig form (Mishra K, Boynton, Mishra A 2014 s.187). Att på ett tidigt stadium arbeta för att skapa denna form för kommunikation är viktigt för organisationer. Det räcker dock inte med att detta endast är ett tillfälligt inslag i organisationen. De anställdas engagemang för organisationen inte är något som är statiskt utan kan försämrats om man inte ser till att ge dem inblick i organisationen, hjälpa dem att träna sina yrkesmässiga färdigheter samt lyssna till deras olika funderingar (Mishra K, Boynton, Mishra A 2014 s.187).

2.2 Att kommunicera elektroniskt inom organisationer

Allt vanligare blir dock att människor inom verksamheter kommunicerar med varandra genom elektroniska epost istället för *face to face*. Detta har sina fördelar i form av att det till exempel möjliggör att individer inom samma organisation alltid kan kommunicera med varandra utan att faktiskt befinna sig på samma ställe i tid och rum. Nackdelen är att det medför en risk för misskommunikation i form av till exempel känslomässig misskommunikation vilket i sin tur inverkar på organisationen (Byron 2008 s. 309). Detta eftersom våra känslor hjälper oss att skapa en uppfattning om vår omgivning och dem som ingår i denna. Den information som våra känslor förser oss med får därmed en viktig roll för i vilken riktning våra relationer utvecklas samt vår uppfattning av vår gruppidentitet (Byron 2008 s. 309). Därmed blir det betydelsefullt för organisationer att ha en förståelse kring detta då misskommunikation av känslor påverkar de relationer som utvecklas både mellan kollegor eller mellan anställda och kunder (Byron 2008 s. 309, 310).

Teoretiker som studerar kommunikation menar att olika kommunikationskanaler har större och mindre framgång i att få fram budskap beroende på vad detta har för karaktär. Ett exempel på en sådan teori är *information richness theory*. I korthet menar denna att olika

kommunikativa mediekkanaler variera i möjligheten att tillåta snabb feedback, förmedla fler antydningar/intryck samtidigt, tillåta ett naturligt språk och skapa ett personligt fokus (Byron 2008 s. 311). Enligt denna är alltså *face to face* kommunikation en rik mediekkanal och lämpar sig när något mångtydigt eller mer komplext skall förmedlas. Epost kommunikation blir motsatt till detta inte lika effektiv vid budskap som kan tolkas med många variationer. Detta eftersom den inte är lika rik i sin förmåga att förmedla de variationer som kan finnas i budskapet och direkt tillrättavisa om dessa skulle bli misstolkade (Byron 2008 s. 311). Med variationer menas här exempelvis antydningar som följer med våra ansiktsuttryck och röst eller tonläge. Dessa har visat sig rent fysiologiskt ha en uppväckande effekt på oss när vi kommunicerar i form av att vår puls går upp till exempel eller att vi börjar svettas. Frånvaron av ansiktsuttryck eller ögonkontakt gör istället att dessa reaktioner uteblir och oftast upplevs epost kommunikation mindre stimulerande än direkt kommunikation med någon (Byron 2008 s. 312). En annan viktig del i kommunikationen utöver denna stimulans som försvinner är att man går minste om att kunskapen om ens budskap blev tolkat som man avsåg. När man skickar epost får man som avsändare varken verbal feedback eller kan se på personens kroppsspråk om denna förstått vad man menade. Därmed lär sig sällan avsändaren hur denne bör konstruera sina epost för att dessa på ett effektivt sätt resulterar i vad som var meningen (Byron 2008 s. 314).

Det finns dock faktorer som visar på skillnader i framgången med att kommunicera via epost. En av dessa är längden på relationen mellan dem som kommunicerar samt om man känner till vem man kommunicerar med. Detta överensstämmer med mer generella studier som visar att ju bättre vi känner varandra ju mer känslomässiga uttryck använder vi oss av och desto bättre blir vi på att tolka varandra korrekt. Detta har man sett även gäller för individer som kommunicerar med varandra genom elektroniska medier, samt att ju längre denna form av kommunikation pågår ju mer börjar den likna den direkta rika *face to face* kommunikationen (Byron 2008 s. 316). Mer djupgåendeforskning kring vilka faktorer som ligger till grund för vad som gör att känslorna i ett epost blir korrekt eller inkorrekt tolkade är dock ännu ett tämligen outforskat område. Tillskillnad från tidigare forskning som menat att epost inte är känslöförmedlande visar alltså nyare forskning att epost förmedlar eller väcker känslor mellan mottagare oavsett om detta är avsiktligt eller inte (Byron 2008 s. 309, 310).

2.3 Känslor och rationalitet inom organisationer

Känslor har länge stått i ett dualistiskt förhållande till rationalitet i den västerländska kulturen. Vårt dualistiska tänkande är tydligt inte minst genom hur vi använder språket för att ge ord

deras mening genom att sätta dem i motsattsförhållande, som svart och vit, kropp och själ och inte minst rationalitet och känslor (Dougherty & Drumheller 2006 s. 216). I dessa förhållanden tenderar även det ena ordet få högre status än det andra och mellan rationalitet och känslor ses rationalitet som att föredra (Dougherty & Drumheller 2006 s. 216). Just detta motsattsförhållande tenderar även att återfinnas i hur man tänker sig att organisationer skall drivas där rationalitet har den privilegierade positionen. Känslors betydelse inom organisationer har historiskt sett därmed blivit underminerade i förhållande till rationalitetstänkandet, trots att organisationer är högst känslofyllda miljöer (Dougherty & Drumheller 2006 s. 215). Även om rationalitet ses som att föredra när det kommer till organisationens syn på arbetet kan man inte komma bort från det faktum att anställda upplever känslor när de tänker kring, talar om och utför detta (Dougherty & Drumheller 2006 s. 216). Arbete inom organisationer består både av kommunikation kring själva arbetsuppgifterna i sig, men även till stor del av ett känslomässigt innehåll. När de som utför sitt arbete pratar kring detta innefattar det till stor del att man talar om till exempel de relationer, intriger och skvaller som rör arbetsplatsen, vilka alla har att göra med känslor och relationer snarare än rationalitet (Dougherty & Drumheller 2006 s. 219).

3. Teori

I detta avsnitt kommer de teorier som utgör uppsatsens teoretiska ramverk och som används i studiens resultat och analys för att tolka det empiriska materialet att presenteras. Dessa inkluderar vad mellanmännisklig kommunikation är, varför det är betydelsefullt för organisationer att arbeta med internkommunikation samt nack- och fördelar med olika sätt att kommunicera inom verksamheter. Därefter följer ett avsnitt om vad organisations pedagogik innebär följt av en mer allmäninriktad form av pedagogik som dock belyser vikten av relationer för lärande och kallas även lämpligen för relationell pedagogik. Efter det följer tre avsnitt som handlar om det retoriska pedagogiska perspektivet som inriktar sig på att förklara hur språket i samband med synen på människan som ett relationellt väsen är betydelsefullt för vår vilja att lära. Till sist följer ett avsnitt som främst belyser hur dialog är ett sätt att skapa mening i tillvaron även inom arbetsverksamheter och är betydelsefullt för att främja en hälsotillvaro inom dessa.

3.1 Varför vill vi kommunicera och vad är mellanmännisklig kommunikation

Vi människor vill kommunicera därför att när vår omvärld saknar struktur upplevs den som meningslös vilket skapar en känsla av oro. Genom att kommunicera med andra skapar vi istället mening av världen vilket ger oss en känsla av att kunna förutse vad som skall hända

vilket stillar vår ängslan. Att det vi föreställer oss ska hända inte alltid visar sig stämma är inte lika viktigt då vi ändå upplever detta som lugnande i vår tillvaro (Dimbleby & Burton 1997 s. 73). Det mänskliga språket genom vilket vi kommunicerar utgörs dels av vårt ordförråd i form av syntaxer och strukturer, alltså grammatik (Dimbleby & Burton 1997 s.119) Det utgörs dock även av vad som inte verbalt uttalas med ord det vill säga av den ickeverbala kommunikationen som till exempel är kroppsspråk och ansiktsspråk. Den ickeverbala kommunikationen har till och med företräde i förhållande till de uttalade orden i vår kommunikation med andra. Detta betyder att även om någon erbjuder dig en rimlig förklaring så blir denna bedömd och värderad ifrån vad som inte sägs genom personens kroppsspråk. Upplevs talaren inte som trovärdig i sitt ickeverbala språk spelar det ingen roll vilka ord denne väljer då budskapet kommer ändå inte accepteras (Dimbleby & Burton 1997 s. 67). Språket är oundgängligt för oss då det är genom detta vi försöker hantera våra erfarenheter, uttrycka våra idéer, åsikter, känslor, för att tänka, skapa mening och kommunicera detta med andra (Dimbleby & Burton 1997 s.119).

3.2 Internkommunikation

Det finns flera anledningar till varför det är viktigt för organisationer och företag att arbeta med internkommunikation. Ett exempel är att genom kontinuerlig dialog om var och varför ett företag är på väg mot en speciell riktning så blir det enklare att nå ditt då alla får samma uppfattning om vad man önskar åstadkomma. Har medarbetarna tillgång till rätt kunskap både i förhållande till marknad, företagets mål eller visioner ökar möjligheten att göra kompetenta val vid beslutstagande i verksamheten (Erikson 2011 s. 71). Förstår medarbetarna företagets helhet, känner till målen och har tillgång till information som kan användas i arbetet för att röra sig i denna riktning skapar det dessutom en ökad egen motivation. Detta eftersom man enklare förstår vad ens eget arbete syftar till då man kan sätta det i ett sammanhang och se sin egen roll i helheten (Erikson 2011 s. 72).

3.3 Olika informationskanaler

I den interna dialogen finns i stora drag tre olika informationskanaler att använda sig av; skriftliga, elektroniska eller muntliga. De har alla för- och nackdelar och bör därför användas utifrån vad som lämpar sig för situationen snarare än vara en konstanads eller resursfråga (Erikson 2011 s.78). Skriftliga kanaler avser information som blir tryckt på papper och kan vara allt från personaltidningar, protokoll eller rapporter. Fördelen med dessa är att läsaren kan gå tillbaka till källan och läsa den vid flera tillfällen samt att utrymmet för missförstånd är litet om texten skrivits korrekt. Nackdelen är att den lämnar lite utrymme för en dubbelriktad dialog och är därmed mest lämplig för att förmedla fakta (Erikson 2011 s. 78). Elektroniska

kanalerna består av allt från epost, telefonkonferens och talsvar via telefon. Dessa har i viss utsträckning möjlighet till en form av dialog och kallas därför även för interaktiva medier (Erikson 2011 s. 78). Deras fördel är potentialen att levandegöra information, nyheter och mer komplexa budskap än de skriftliga. Detta ska dock inte misstolkas som ett sätt att kunna ersätta en riktig dialog med medarbetarna trots sina fördelar att kunna förklara mer komplexa samt möjlighet för dubbelriktad dialog (Eriksson 2011 s. 78,79). Mest lämpad för dubbelriktad dialog är de muntliga kanalerna som kan vara alltifrån planerade eller informella möten, konferenser, seminarier eller liknande. Här är möjligheten att ställa frågor och skapa förtydligande stor då samtliga medverkande kan ställa frågor, få dessa besvarade samt uttrycka sina åsikter direkt till varandra (Erikson 2011 s. 79). De möten som tar plats på själva arbetsplatsen kan ses som en särskildarena inom vilken olika förutsättningar och utformningar finns för den muntliga dialogen som tar plats där (Erikson 2011 s. 79, 80). Trots att dessa riktiga möten med andra människor tillgodoser ett av våra mest psykologiska behov är det få som arbetar med att utveckla just denna form av kommunikation inom sin organisation (Eriksson 2011 s. 79, 80). Ibland glömmes man även att ta hänsyn till faktorer som gör att kommunikationen inte fungerar så som det var tänkt, som till exempel tidsbrist. Att kommunicera kräver tid, en del tankar och former för dialog kräver att vi får tid att acceptera och förstå vissa förändringar till exempel. När allt fler verksamheter dessutom styrs av tekniska och ekonomiska utgångspunkter för tid minskar istället denna viktiga aspekt för dialogen med hänsyn till den psykiska och sociala tid som är värdefull för att vi just ska förstå och acceptera (Eriksson 2011 s. 58).

3.4 Organisationspedagogik

Organisationspedagogik är jämfört med disciplinerna organisationssociologi och organisationspsykologi inte lika väletablerat även om den under senare år har spridit sig allt mer (Ohlsson 2004 s. 40). I den organisationspedagogiska ansatsen sätts individernas samspel och organiserande processer i centrum, snarare än organisationen i sig som objekt. Det är genom dessa organiserade processer av samordningen i verksamheten som förutsättningar för vilka möjligheter det finns för lärande och kompetensutveckling (Ohlsson 2004 s. 40, 41). Lärande är alltså både något som sker med individen och med kollektivet och som gör att nya sätt att tänka och handla blir möjliga genom en ständigt pågående process. Människan ses här som uppgiftsorienterad där gemensamt för alla uppgifter är att oavsett vilka tidigare erfarenheter och kunskaper individen redan har finns viljan att lära för att kunna lösa dessa. Lärande kan utifrån detta definieras som den förändring av att tänka och handla i samband med den uppgift som individen/individerna ska lösa. Eftersom de uppgifter som skall lösas

sker i en socialkontext och sammanhang så har även dessa betydelse för hur uppgiften förstås och löses eftersom det är i detta sammanhang som individen skapar sin mening kring uppgiften (Ohlsson 2004 s. 41). Det vill säga att individen alltid påverkar organisationen genom sina egna tolkningar av mening i uppgiftsutförandet och organisationen alltid påverkar individen då dennes handlingar samtidigt begränsas då dessa först måste godtas för att potentiellt få uttryckas och vidareutvecklas (Ohlsson 2004 s. 42).

3.5 Relationell pedagogik

Inom relationell pedagogik ser man utbildning som den mellanmännsliga aktivitet inom vilket syftet inte är att ”göra något av” eleven utan handlar istället om att bejaka vem denna kan bli (Aspelin & Persson 2011 s. 7). Relationell pedagogik handlar om att två parter möts där den ena parten dock har ansvar för att den andra utvecklar både kunskap men även personlig mognad och mötet är på så vis genuint och produktivt med detta som utgångspunkt (Aspelin & Persson 2011 s. 135). Relationerna blir alltså både det egentliga målet och utgångspunkten för den pedagogiska verksamheten. Kärnan i denna tanke är att lärarens uppdrag är att förmedla ämneskunskaper till sina elever, men för att göra detta kan man inte bortse ifrån de mellanmännsliga relationerna som behövs för detta då till exempel färdigheter och förmågor är något som skapas just i relationer (Aspelin & Persson 2011 s. 13). Inom denna pedagogik förhåller man sig kritisk till dagens skola då man menar att det inom denna råder en alienationsproblematik. Detta i form av att man varken som elev eller lärare får möjlighet att ha vem de själva är som utgångspunkt i sin dagliga verksamhet utan de blir snarare ting i ett socialt system. För att hälsosamma individer skall kunna utvecklas menar man istället att en gemenskap mellan de människor som ingår i verksamheten är nödvändig för att denna alienationsproblematik inte skall uppstå (Aspelin & Persson 2011 s. 135). Utbildningens brännpunkt i detta perspektiv finns i det *mellanrum* som skapas när människor möts. Detta är ett tredje alternativ till synen på utbildning då det tidigare varit antingen det som sker *inuti* individer eller *utanför* individer som ansetts vara de viktiga faktorerna vid undervisning, här blir det istället det som sker *mellan* individerna (Aspelin & Persson 2011 s. 80).

3.6 Pedagogisk retorik

Varför är retorik fortfarande intressant när vi talar om kommunikation idag? Som Lena Lid Andersson uttrycker det i sin avhandling *Ledarskapande retorik* från 2006 så handlar retorik om vårt muntliga tal och hur vi människor samtalar med varandra. Retoriken må vara ett gammalt ämne men sättet vi människor kommunicerar med varandra, alltså vår mellanmännsliga kommunikation, har inte förändrats alltför mycket från nu till då och ämnet och modellerna är därmed fortfarande relevanta för oss idag (Lid Andersson 2009 s. 101).

Retorik är alltså fortfarande både relevant för vår förståelse kring vår mellanmännsliga kommunikation, men den är även pedagogiskt relevant. Detta belyser exempelvis Tina Kindebergs i sin bok *Pedagogisk Retorik* i vilken författaren visar hur retorik som ett komplement till andra perspektiv på lärande kan hjälpa oss förstå betydelsen av de känslor som skapas bland deltagande vid undervisning (Kindeberg 2011 s. 9). Professionella lärare behöver alltså både vara kunniga i sina ämnen, men även i hur man förmedlar dessa kunskaper till eleverna. Grundläggande för att vilja ta till sig av ämneskunskaperna är nämligen att det finns en relation av tillit och trygghet mellan den som lär och dem som ska lära (Kindeberg 2011 s. 11). Det pedagogiken ger oss är kunskap om utbildning, fostran och utbildning i förhållande till de politiska och moraliska mål som finns inom ett samhälle. Det retoriken tillför är kunskaper om vilka etiska dimensioner som finns i förhållande till den känslomässiga påverkan som språket har på oss individer (Kindeberg 2011 s. 13). Ett antagande som ofta blir tydligt är att de känslor som närvarar vid lärande inte ägnas någon uppmärksamhet utan lämnas utanför lärandesituationen. I denna situation blir elever endast mottagare av objektiv kunskap som kan förvaltas och användas utan att denna väcker några känslor hos eleven. Utgångspunkten blir alltså att de lär och presterar oavsett vad som händer i undervisningssituationen, och det samma gäller även för läraren (Kindeberg 2011 s. 14). Oavsett om man är lärare eller elev i situationen så påverkas man av de känslor som väcks vid dessa tillfällen då vi alla i egenskap av människor är beroende av hur vi blir bedömda, bekräftade och bemötta. En dominerande tanketradition om människans natur är att individen är ett oberoendeväsen som kan mot ta fakta på ett rationellt sätt oavsett vem eller hur denna presenteras för oss (Kindeberg 2011 s. 15). Denna tanketradition går tillbaka helt till filosofen Platons tankar om att människan har en innersta kärna som är fri och oberoende av andra till sin karaktär och genom den dialektiska metoden kan människan också nå detta sanna fritt från tro och värderingar (Kindeberg 2011 s. 25). Motsatt till detta finns dock en annan tanketradition som istället beaktar de känslor som skapas mellan oss till följd av hur vi bemöter varandra och ser alltså människan istället som en relationell varelse (Kindeberg 2011 s. 15). Denna tanketradition spåras istället till en annan grekisk filosof, nämligen Aristoteles som i pedagogiska situationer försökte lyfta de varierande erfarenheter vi har i egenskap av att vara olika individer och vilken roll våra känslor spelar i kombination med logikens betydelse (Kindeberg 2011 s. 25). Aristoteles menade nämligen att inom retoriken så ryms etiken som är nödvändig för oss för att kunna utvecklas. Detta eftersom människan, i egenskap av att vara relationell, behöver andra för att kunna utvecklas. Men det är inte orden i sig som möjliggör detta utan det är de emotioner som sätts i gungning och som gör att orden blir meningsfulla för oss som möjliggör detta och det kan vi inte göra ensamma utan behöver andra (Kindeberg

2011 s. 26). Tillskillnad från Platon som ville avskärma sig från de variationer som våra känslor medför ville Aristoteles med hjälp av retoriken just få fram dessa olika mänskliga variationer och tolkningar (Kindeberg 2011 s. 25). Platons tanketradition i hur vi ser på sanning och kunskap har dock kommit att bli den inriktning inom vetenskapen och formell utbildning som har dominerat (Kindeberg 2011 s. 25). Inom det retoriska perspektivet ses känslor däremot som en skapande kraft som tar form i undervisningstillfället genom den mellanmännsliga relationen mellan dem som ingår i detta (Kindeberg 2011 s. 32). När vi lyssnar till vad som sägs är det inte så enkelt att vi hör fakta och efter det så känner vi. Snarare finns i det utrymmet som skapas mellan uttryckta ord och gester en känsla av till exempel intresse möjlighet att infinna sig eller inte och därmed blir känslor grundläggande för kunskapens utgångspunkt (Kindeberg 2011 s. 32).

3.7 Ethos, pathos och logos

Ethos, pathos och logos är den triad som används för att tala om den känslomässiga upplevelse som tar plats vid ett undervisningstillfälle. Genom de olika delarna kan man peka på hur talaren upplevs av de som lyssnar. Ethos rör huruvida man upplever talaren som trovärdig, logos hänger är om de sakargument ämnet handlar om känns meningsfullt och pathos handlar om att man känslomässigt upplever sig berörd och bekräftad av den som talar. Dessa tre aspekter är alltid med vid en muntlig relation och desto mer dessa harmonierar med varandra desto större chans är det att de nödvändiga känslor som behövs för att kunna undervisa väcks. Desto villigare blir vi att lyssna och ta till oss av kunskapen alltså (Kindeberg 2011 s. 50).

3.8 Förebildlighet och det pedagogiska biologiska villkoret

Med det biologiska villkoret avses inom pedagogisk retorik som tidigare nämnts tanken om att vi människor har ett medfött beroende av att vi behöver andra människor för att kunna utvecklas och må bra. Genom detta beroende av andra är relationella i vårt väsen och därmed är detta beroende även livslångt. Detta beroende av andra är även det som gör att vi människor har en vilja att utvecklas eftersom vi söker gemenskap med andra (Kindeberg 2011 s. 67). För att kunna använda sig av förebildlighet som pedagogiskt stöd krävs att de som lyssnar vill vara delaktiga och känner att det är något som är meningsfullt för dem att vara med i. Aristoteles menade att vi människor har vad som kan beskrivas som en vänskapsrelation till vårt eget jag på så sätt att vi vill oss själva gott och vi vill även andra gott. Därmed ingår vi inte i en tankerelation med vem som helst utan vi kräver att det är med någon vi tänker vill vårt jag oss gott (Kindeberg 2011 s. 63). Huruvida vi väljer att låta någon vara förebildlig för oss sker i det mellanmännsliga mötet mellan oss individer. Denna tillit gör

att man som elev både vill ta del av sin lärares kunskaper samt gör att denne upplever att dennes egna erfarenheter är betydelsefulla och denna tillit är grunden för all meningsfull kommunikation (Kindeberg 2011 s. 63, 64).

3.9 Samtal för utvecklande av yrkeskunnande

I Gun Mollberger Hedqvists Doktorsavhandling från 2006 undersöks vilken betydelse samtal har för att utveckla yrkeskunnande. Här beskrivs till exempel tankar från sociologen Aaron Antonovsky och människans förmåga att hantera de krav som ställs på oss i livet med utgångspunkt i tankar om hälsa (Mollberger Hedqvist 2006 s. 91). Den viktigaste faktorn kring hälsofrämjande har Antonovsky funnit är att människan upplever en känsla av sammanhang i tillvaron. Det finns tre faktorer som bidrar till att vi upplever detta sammanhang som är *meningsfullhet*, *hanterbarhet* och *begriplighet*. Meningsfullhet syftar till att vi känner oss delaktiga i våra dagliga erfarenheter (Mollberger Hedqvist 2006 s. 92). Hanterbarhet om att vi upplever förmågan att kunna hantera de krav som ställs på oss inom de sammanhang vi befinner oss i. Och begriplighet om att vi känner att det finns en balans mellan de krav som ställs på oss och vår förmåga och att tillvaron därmed blir begriplig genom att den till viss del är förutsägbar för oss. Genom att känna sammanhang blir alltså världen meningsfull, hanterbar och begriplig för oss och ett konkret sätt att jobba hälsofrämjande för att möjliggöra detta är att föra samtal (Mollberger Hedqvist 2006 s. 92). Språkets meningsskapande sker alltså när det används i det sociala bruket av det, det vill säga det får sin mening när vi faktiskt brukar det i sammanhang. Inom skolans värld frågar man sig till exempel utifrån detta vilka språkspel som ingår här och vad kännetecknar de sammanhang som finns inom skolan? Att förstå och synliggöra handlar om just förmågan att se sammanhang för att förstå en verksamhets utifrån dess villkor och möjligheter och där en möjlighet att nå fram till detta är genom dialog och reflektion (Mollberger Hedqvist 2006 s. 109).

4. Metod

Under denna rubrik följer en introduktion till val av metodansats som i denna studie är en fenomenografisk sådan. Detta fortsätter med en motivation av kvantitativ eller kvalitativ metod som lämplig för studien samt vilken form av metod som vidare har valts för att utföra denna. Därefter kommer ett avsnitt om den egna förförståelsen kring uppsatsens ämne i kombination med en motivation till detta samt reflektioner kring svårigheter i samband med detta. Därefter följer ett avsnitt kring urvalet som gjorts i samband med studien följt av tankar kring validitet och reliabilitet kring studien. Efter det ges en inblick i hur

tematiseringen för de beskrivningskategorier som har arbetats fram har gått till och metodavsnittet avslutas med tankar kring generaliserbarhet för studien.

4.1 Vetenskapsfilosofi och metodansats

Vid början av en studie är det viktigt att reflektera över vilka epistemologiska och ontologiska utgångspunkter ens arbete ska formas efter. Epistemologi förklarar hur vi tror att världen och verkligheten är och ontologi handlar om hur vi tror att vi kan få kunskap om denna. Beroende på hur man förhåller sig till dessa begrepp följer också en insikt kring hur det är lämpligt att genomföra din studie (Fejes & Thornberg 2009 s. 21, 22). Frågar man sig inte i den inledande fasen *vad* är det jag vill studera? Och *hur* kan jag få kunskap om detta? Finns risken att när man väl ska utföra sin analys samspelar inte denna med utgångspunkt som man bedrivit sin studie utifrån (Fejes & Thornberg 2009 s. 22).

4.2 Fenomenografi

Inom den fenomenografiska forskningsansatsen inriktar man sig på kvalitativ empirisk forskning genom vilken man vill visa eller beskriva ett meningsinnehåll. Det man önskar att gestalta specifikt för fenomenografi tillskillnad från andra kvalitativa forskningsansatser är människors uppfattningar av sin omvärld. Med uppfattningar avser man individers grundläggande förståelse av olika fenomen i omvärlden (Uljens 1989 s. 10). Den fenomenografiska forskningsprocessen ser i praktiken vanligtvis ut som så att man är intresserad av att undersöka en företeelse i omvärlden som man vill fånga, beskriva, analysera och tolka genom hur människor uppfattar denna (Uljens 1989 s. 11). Man väljer sedan att fokusera på denna ur någon bestämd aspekt vilket innebär att man avgränsar sig till något specifikt att undersöka, det vill säga att man specificerar och avgränsar sitt forskningsproblem. Efter detta väljer man sedan vilka personers uppfattningar man är intresserad av i förhållande till fenomenet och med vilka man sedan genomför intervjuer kring det man är intresserad av. Intervjuerna bandas, transkriberas och skrivs ut och utgör sedan det empiriska material som ligger till grund för analysen av uppfattningarna (Uljens 1989 s.11). I analysen strävar man efter att förstå meningsinnehållet i varje intervju. Detta sker genom att man jämför både likheter och skillnaderna i utsagorna kring olika uppfattningar. Målet är att skapa vad som kallas beskrivningskategorier för de olika uppfattningarna kring fenomenet som så bra som möjligt representerar specifika meningsinnehåll av uppfattningar (Uljens 1989 s.1 2). Själva resultatet i en fenomenografisk studie kan man säga blir variationerna av de kvalitativt olika kategorier av uppfattningar som beskrivningskategorierna bildar (Uljens 1989 s. 12).

I denna studie kommer alltså vilken betydelse mellanmänsklig kommunikation har för organisationer och verksamheter studeras utifrån hur anställda inom samma företag med olika befattningar inom en hierarkiskt uppbyggd verksamhet *uppfattar* detta i sitt arbete. Att ansatsen fokuserar på individers uppfattningar ansågs fördelaktigt i flera avseenden. Delvis ur ett praktiskt sådant då kvalitativa fenomenologiska studier syftar till att beskriva världen och verkligheten utifrån hur individer själva förstår denna. Med detta följer en tanke om hur världen och verkligheten är beskaffad endast är relevant för oss människor att tala om utifrån hur vi faktiskt menar att den är (Kvale & Brinkmann 2009 s. 42). På samma sätt tänker jag mig att vad enskilda anställda menar att mellanmänsklig kommunikation har för betydelse för dem i sitt dagliga arbete säger något om vad det har för betydelse för verksamheten i stort då denna bygger på deras arbete. Med en fenomenografisk ansats blir alltså de epistemologiska frågorna mindre viktiga i förhållande till de ontologiska. Detta eftersom man menar att det inte är möjligt att jämföra människors uppfattningar med verkligheten själv eftersom verkligheten skapas av subjektiva mänskliga uppfattningar av den (Uljens 1989 s. 15). Därmed har det varit av större relevans för denna studie att tänka kring de ontologiska frågorna om *hur* kan jag få kunskap om detta? *Hur* kommer jag fram till denna sanning? Och *hur* bildas den? i förhållande till vilken metod som är mest lämplig att använda för att nå fram till detta.

4.3 Kvantitativ eller kvalitativ metod

Vad du önskar att uttala dig om i förhållande till fenomenet bestämmer om du bör använda dig av en kvantitativ eller kvalitativ metod. En vanlig distinktion mellan dessa är att inom kvantitativa försöker man *förklara* och inom kvalitativa försöker man *förstå* fenomenet (Fejes & Thornberg 2009 s.18, 19). I kvantitativa metoder har forskaren påförhand skapat kategorier, dimensioner eller variabler inom vilka man till exempel undersöker sambanden mellan och försöker utifrån detta *förklara* fenomenet. Inom kvalitativ forskning beskrivs fenomenet med hjälp av olika former av språkliga utsagor. Dessa analyseras sedan med hjälp av olika metoder genom vilka man försöker *förstå* olika kvaliteter kring fenomenet (Fejes & Thornberg 2009 s. 19). Det mest centrala begreppet inom fenomenografi som valts för denna studie är *uppfattning* som man menar är en meningsskapande mänsklig aktivitet. Detta eftersom vi måste organisera alla de innebörder som vi ständigt kommer i kontakt med i vår omgivning och i detta organiserande blir våra uppfattningar den grundläggande relationen mellan oss individer och vår omvärld (Uljens 1989 s. 19). Följaktligen lämpar sig kvalitativ metod mest bäst för denna uppsats. Detta då den tillåter breda utsagor med möjlighet för variation, fördjupning samt att jag blir upplyst av vad den mellanmänskliga kommunikationen betyder

för dem som arbetar där, snarare att jag försöker definiera och skapa kategorier kring detta på förhand själv.

4.4 Metodval i form av semistrukturerad intervju

Som metod kommer semistrukturerade intervjuer att användas. Anledningen till att intervju väljs istället för till exempel observation är att intervju erbjuder tillgång till människors upplevelser, åsikter, drömmar, attityder, och känslor om det specifika man som forskare intresserar sig för. Därmed anses detta förse mig med djupare och rikare empiri i förhållande till denna studies syfte (May 2001 s. 148). Valet av semistrukturerad form för intervju, eller halvstrukturerad intervju som det även kan benämnas, ansågs lämplig både i förhållande till den metodologiska ansats som valts och den egen utgångspunkt. Detta eftersom man som forskare tillåts fokusera på bestämda teman utifrån det fenomen som man vill undersöka. Samtidigt som intervjun bygger på teman och inte standardiserade frågor vilket tillåter intervjupersonen att lyfta det som denne anser viktigast kring upplevelsen av fenomenet. Intervjun styrs på så vis mot forskningsämnet, men uppfattningarna kring detta är uttryck för det intervjupersonen finner relevant (Kvale & Brinkmann 2009 s. 46). Studiens intervjuguide skapades i enlighet med detta utifrån ett par teman med olika tänkbara frågor som sedan under intervjun anpassades utifrån intervjupersonens svar för att försöka förstå fenomenet. Intervjuerna transkriberades sedan och skrevs sedan ut och där texterna sedan använts för arbetes analys (Kvale & Brinkmann 2009 s. 43)

4.5 Egen förförståelse och val av ämne

Motivationen för forskningsområde består både av ett intresse för pedagogik, kanske ännu mer specifikt arbetslivspedagogik, samt en egen erfarenhet av att ha arbetat inom ett liknande företag som mina intervjupersoner gör. För egen del upplevde jag genom organisationsförändringar att vi kollegor fick mindre tid att kommunicera så kallat *face to face* som det bland annat benämns som inom tidigare forskningen. Denna upplevelse har skapat en nyfikenhet kring hur man kan tänka kring detta i pedagogiska termer och tillfället för denna kandidatuppsats blev därmed ett tillfälle att få försöka utforska detta.

Den egna relationen till mitt forskningsområde har naturligtvis gett upphov till olika överväganden och reflektioner. Ett sådant har varit om det är förenligt för mig att genomföra studien då min egen arbetserfarenhet har utnyttjats för att till exempel hitta intervjupersoner till studien. Är jag både för nära mitt forskningsområde och dem jag undersöker för att det skall kunna anses som god forskning? Detta är en fråga som ständigt är närvarande för samhällsvetenskapen med naturvetenskapen som dess motpol. Gemensamt för båda är att

objektivitet, generalisering och förklaring anses känneteckna vetenskapens fundament (Tim May 2001 s. 19). Innebörden av vad detta betyder skiljer sig dock åt för vetenskaperna eftersom de helt enkelt har skilda studieobjekt där samhällsvetenskapen studerar människor i deras sociala miljö. Av detta följer den eviga frågan för samhällsvetenskapliga forskare, i egenskap av att både vara människan och del av det sociala liv man studerar, kan man uppnå objektiv forskning? (May 2001 s. 19). Samhällsvetenskaps forskaren Tim May menar att detta ger lite mening att resonera kring då vi aldrig kommer komma ifrån det faktum att vi är människor som aldrig kommer kunna sätta oss utanför vår kontext. Därmed kommer både våra allmänt mänskliga och individuella erfarenheter vara en del av vår forskning oavsett hur vi gör. Vidare frågar han sig om det ens skulle vara önskvärt att uppnå denna objektivitet då det är just dessa erfarenheter och känsla av samhörighet med andra som skapar en nyfikenhet och önskan om att förstå det som sker runt omkring oss. Skulle det alltså bli meningsfullt att avskärma oss från vår sociala mänskighet när det är just det som vi undersöker? (Tim May 2001 s.19). Det viktiga kring objektivitet och samhällsvetenskaplig forskning är däremot att vi genom vårt arbete och forskning gör vissa anspråk, vilket innebär att det vi argumenterar för inte är lösa åsikter, tankar eller fördomar. De teorier som kommer ifrån den samhällsvetenskapliga forskningen är alltså prövad, underbyggd eller tillbakavisande och där resultaten antingen utmanar våra egna uppfattningar eller de som finns i samhället (May 2001 s. 19). Därtill så blir den kunskap som skapas i en forskningsintervju alltid ett resultat av den interaktion och situation som är unik för varje intervjutillfälle. Det vill säga med varje intervju följer att hade det varit en annan intervjuare så hade interaktionen blivit annorlunda och därmed den kunskap som kommer ur respektive tillfälle (Kvale & Brinkmann 2009 s. 48). Utifrån detta har jag resonerat som så att genom min egen erfarenhet finns en närhet till forskningsområdet vilket bör reflekteras över under arbetets gång för att vara medveten om vad det får för inverkan på studien. Samtidigt är det just denna erfarenhet som ligger till grund för studien och det viktiga blir inte att försöka undkomma detta, utan att istället ha en transparens i arbetet för att visa för läsaren hur de tolkningar som görs underbyggs av teori och empiri och därmed alltså inte är mina lösa åsikter, tankar eller fördomar (May 2001 s. 19). Min erfarenhet och koppling till området kan både ses som en tillgång i det att jag har en viss förståelse av fenomenet, samtidigt så gör det kanske att jag inte ser på det med ”nya ögon”. Oavsett så hade den kunskap eller den forskningsempiri som skapas blivit annorlunda oavsett om jag har denna närhet eller inte då varje intervju som sagt är unik oavsett vem som genomför dem (Kvale & Brinkmann 2009 s. 48). Därmed har jag ansett att det är acceptabelt att genomföra studien utan att det i sig skulle vara en faktor till att den inte kan ses som god forskning.

4.6 Etiska överväganden

I förhållande till sin forskning bör man fråga sig vad som är etiskt godtagbart i samband med denna. Det vill säga vad som är moraliskt rätt och acceptabelt i förhållande till dem som berörs av forskningen i kontrast till vad som till exempel är mest effektivt (May 2001 s. 78, 79). Detta innebär till exempel att samtliga som ingår i denna studie har gett samtycke till att delta efter det att de fått förklarat vad studien syftar till, hur den kommer utföras samt var den kommer att publiceras (May 2001 s. 80). Deltagarna har även blivit informerade om att det är anonymt att delta vilket vill säga att identitetsmarkörer som kan visa vem deltagarna är inte kommer att avslöjas. Intervjupersonerna har rätt till ett privatliv och den information som kan härledas tillbaka till personerna är därmed konfidentiell (Kvale & Brinkmann 2009 s. 88). Det innebär att all känslig information som till exempel namn, ålder, kön och specifikt vilken verksamhet studien bygger sitt empiriska material på har blivit borttaget eller omskrivet på ett sätt som inte ändrar innebörden i utsagorna men som bibehåller de medverkandes anonymitet. I resultat och analys avsnittet där det empiriska materialet presenteras görs detta även utan att hänvisa till olika subjekt. Det vill säga de olika intervjupersonerna refereras inte till som exempelvis ”intervjuperson 1” eller liknande i texten eller i citaten. Detta både för att anonymisera de medverkande ytterligare genom att olika citat inte skall kunna kopplas samman med olika subjekt. Dels för att detta i sig inte är intressant då intresset är att undersöka det fenomen som studien syftar till inte enskilda individer. Därmed är det snarare rösterna som finns i materialet som är det intressanta snarare än att särskilja olika subjekt.

4.7 Urval

Hur många personer som skall ingå i ens studie är både enkelt och komplicerat då svaret är att det bör ingå så många som behövs för att man ska kunna få reda på det man vill. Det svåra är att hitta balansen i detta men det bestäms och formas delvis av vad som är undersökningens syfte (Kvale & Brinkmann 2009 s.129). Ett vanligt antal brukar vara mellan 15+/-10 men detta bestäms i sin tur även utifrån vilken tid och resurser som finns tillgängliga (Kvale & Brinkmann 2009 s. 130). För denna studie har fyra intervjuer genomförts mellan 40 – 50 minuter långa var. När det kommer till kvalitativa studier och antal intervjupersoner som är nödvändigt brukar man även tala om en mättnadspunkt. Det vill säga att man upplever att man kommit till en gräns där fler intervjupersoner inte genererar nya insikter eller utsagor och att det därmed inte tillför något att intervjua flera kring ämnet (Kvale & Brinkmann 2009 s. 129). I förhållande till denna studie hade det varit önskvärt att intervjua några fler personer för att se om det eventuellt skulle ha tillfört nått mer till det empiriska materialet i form av mättnadspunkt. Samtidigt ger det empiriska material som samlats in en inblick i fenomenet i

fråga och har varit tillräckligt omfattande att bearbeta och hinna analysera för studiens omfattning och därmed valdes inte utföra fler intervjuer.

4.8 Validitet

Validitet handlar i stora drag om det huruvida de metoder som används både lämpar sig att användas för att undersöka det som skall undersöka, och om det verkligen är detta som undersöks (Thornberg & Fejes 2009 s. 218). Kvalitativa studier har ofta en mer explorativ ansats än kvantitativa vilket medför att man tenderar gå mer öppet in i datainsamlingen. Detta eftersom man snarare är intresserad av att förstå fenomenet vilket kräver ett tillåtande att utforska nya faktorer som kan visa sig under arbetets gång (Uljens 1989 s. 53). Validitet inom kvalitativa studier handlar därför snarare om de tolkningar forskaren gör både under forskningsprocessen och som studiens resultat kan anses valida eller inte (Uljens 1989 s. 52). Detta betyder att man istället frågar sig om studiens resultat kan återfinnas i det empiriska materialet och därmed verkligen är grundade i detta (Uljens 1989 s. 54). Inom fenomenografin handlar detta främst om de beskrivningskategorier som blir studiens resultat verkligen representerar de uppfattningar de medverkande ger uttryck för (Uljens 1989 s. 55). Ett vanligt sätt att försöka säkerställa detta är att man jämför om samma kategorisystem anses rimliga av mer än en person, detta är dock inte ett krav utan man kan utarbeta dessa själv också (Dahlgren & Johansson 2009 s. 132). I denna studie har både arbetet och beskrivningskategorierna utformats på egen hand. Att andra beskrivningskategorier skulle vara möjliga att urskilja ur det empiriska materialet är högst sannolikt. Detta anses dock inte i sig innebära att de som arbetats fram i denna studie inte skulle vara grundade i det empiriska materialet. Snarare skulle det rimligen kunna förstås som ett uttryck för den för den problematik som tidigare diskuterades i förhållande till samhällsvetenskap och objektivitet. Nämligen att all kunskap i samhällsvetenskaplig forskning färgas av den specifika kontext och förförståelse som oundvikligen följer med in i denna (May 2001 s. 19). Därmed är det ett rimligt antagande att en forskare med en annan förförståelse och syfte skulle finna andra potentiella beskrivningskategorier, vilket som sagt inte innebär att dessa skulle vara mer valida av denna anledning. Alternativa termer för validitet i kvalitativ forskning är istället trovärdighet och tillförlitlighet som istället handlar om hur noggrant och systematiskt forskningen genomförts i förhållande till datainsamling och analys (Thornberg & Fejes 2009 s. 219). Genom att alltså istället försöka ha en transparens kring de reflektioner, resonemang och val som gjorts i förhållande till detta tillåts läsaren själv bedöma om de anser att de resonemang och reflektioner som förs i detta arbete kan anses trovärdiga, rimliga och tillförlitliga.

4.9 Reliabilitet

Reliabilitet behandlas oftast som frågan om ett resultat kan reproduceras av andra forskare vid andra tillfällen (Kvale & Brinkmann 2009 s. 263). Som beskrivits i avsnittet ovan i förhållande till validitet tar varje forskare och medverkande i en studie med unika bidrag till forskningen i förhållande till både förförståelse och kontext. Då det genomgående beskrivs hur denna studie utförts anses det rimligt att en liknande studie skulle kunna utföras igen. Då även tanken är att det är ett allmänmänskligt fenomen som undersöks anses det även rimligt att liknade slutsatser skulle vara möjliga. Med detta sagt är det inte rimligt att varken studierna eller resultatet skulle bli identiska. Både då varje forskningstillfälle alltså är unikt i förhållande till dem som medverkar, samt att de som medverkar även kan ändra sin uppfattning om fenomenet i fråga och därmed komma med nya tankar kring detta. I studien används även semistrukturerad intervju som metod vilket i sig gör att det är direkt motsägelsefullt att tala om att reproducera studien. Detta då själva styrkan i metoden är öppenheten att vid varje unik intervju kunna följa upp på vad som framkommer. Att denna studie alltså är möjlig att genomföra igen och att liknade resultat är möjliga anses rimligt, att dessa skulle bli likadana är däremot i direkt kontrast till vad denna form för forskning syftar till.

4.10 Tematisering

Tematiseringen av det empiriska materialet har i stora drag skett utifrån de sju steg som Lars Owe Dahlgren och Kristina Johansson ger som exempel på en fenomenografisk tematisering. Detta är som författarna själva säger ett förenklat sätt att återge själva processen men syftar till att ge en överskådlig bild kring hur detta gick till. Först lästes det transkriberade materialet igenom samtidigt som det fördes anteckningar kring detta för att i stora drag bli bekanta med det (Owe Dahlgren & Kristina Johansson s. 127). Efter det började det som var mest betydelsefullt i texterna urskiljas. Precis som författarna rekommenderar var intervjuerna utskrivna för att helt enkelt kunna klippa ut dessa delar för att sedan gruppera och jämföra dem (Owe Dahlgren & Kristina Johansson 2009 s. 128). Dessa utvalda urklipp jämfördes sedan för att hitta likheter och skillnader för att försöka börja organisera dessa. Därefter började den faktiska grupperingen där det som bedömdes som relevant igen började sorteras i form av likheter och skillnader (Owe Dahlgren & Kristina Johansson 2009 s. 129). Där efter började så smått kategorier formuleras. Här fokuserades på vad var mer likt än olik i inom de uppdelningar som redan gjorts för att reducera ner dessa till ett mindre antal kategorier och försöka lyfta essensen av vad som beskrivs. Steg fyra och fem är som författarna beskriver steg som kan behövas göras fler gånger för att komma fram till dessa kategorier av vad som är

relevant för att belysa fenomenet. Så har det även varit i denna studie då detta är en process som har växt fram och omprövats ett flertal gånger innan de slutgiltiga kategorierna tagit form (Owe Dahlgren & Kristina Johansson 2009 s. 130). I steg sex har dessa namngetts för att spegla det som är centralt för kategorierna och i steg sju har dessa ytterligare setts över för att se om de återigen bör omstruktureras så att de belyser essensen av just respektive kategori (Owe Dahlgren & Kristina Johansson 2009 s. 130, 131).

4.11 Generaliserbarhet

Generaliserbarhet handlar om i vilken utsträckning det anses rimligt att de resultat man kommer fram till i sin studie kan gälla även för de personer, situationer och fall som inte ingått i denna (Fejes & Thornberg 2009 s. 228). Syftet med denna studie är att undersöka vilken betydelse mellanmännisklig kommunikation har för organisationer och verksamheter. Detta kan tyckas motsägelsefullt då studien är genomförd inom en och samma verksamhet. Anledningen till att syftet inte med anledning av detta istället beskrivs vara exempelvis en fallstudie inom ett företag är för att det finns en tanke om att studiens utgångspunkt är applicerbar även på andra verksamheter. Detta eftersom utgångspunkten är av sådan karaktär att önskan är att undersöka fenomenet utifrån att det är något som kan tänkas förstås som allmänmänniskligt. Detta eftersom vår mellanmänniskliga kommunikation, vilket beskrivs i teori avsnittet, är något vi alla är beroende av för att vi ska kunna skapa mening. Att studien inte genomfördes inom mer än en verksamhet för att undersöka hur detta förhåller sig är snarare ett resultat av den begränsning som följer av studiens tids och storleks omfattning. Som tidigare nämnts i avsnittet kring urval finns uppfattningar hos intervjupersonerna i denna studie som handlar om det fenomen som önskas undersökas. Dock skulle det varit önskvärt att genomföra fler intervjuer än vad som gjorts för denna studie för att kunna tala om mättnadspunkt och möjligheter till generalisering (Kvale & Brinkmann 2009 s. 129). Omfattningen av denna studie gör att det inte är rimligt att göra större antagande om generalisering utan endast att fenomenet i fråga går att återfinna i det empiriska materialet.

5. Resultat och analys

I detta avsnitt följer först en inblick i vad en fenomenografisk analys är samt hur förhållningsättet för denna studie är till detta. Innan själva beskrivningskategorierna introduceras så följer först ett avsnitt som beskriver de relationer och de olika former som finns inom verksamheten för att först få en inblick i detta. Därefter följer som resultat och analys beskrivningskategorierna tillsammans med den teori som presenterats tidigare i uppsatsen. Dessa sammanfattas till sist tillsammans med studiens inledande frågeställningar.

5.1 fenomenografisk analys

I fenomenografiska studier är önskan att beskriva den variation av uppfattningar som en bestämd grupp individer har av ett fenomen. Ur det empiriska materialet arbetas sedan beskrivningskategorier fram som skall representera dessa uppfattningar och när detta uppnåtts är studien avslutad (Uljens 1989 s. 81). I en strikt fenomenografisk analys skulle man nöja sig med att se beskrivningskategorierna i relation till varandra och utifrån detta urskilja en struktur av olika tankeformer (Uljens 1989 s. 81). I denna studie har det dock valts att inte följa denna strikta fenomenografiska tradition fullt ut. Som Dahlgren & Johanson menar kan man även välja att skriva in teori och analytiska tankar direkt i anslutning till beskrivningskategorierna (Dahlgren & Johansson 2009 s. 131). I denna studie har detta alternativ valts där beskrivningskategorier och analys utifrån de teoretiska utgångspunkter som tidigare beskrivits i uppsatsen presenteras tillsammans. I den traditionella fenomenografin har man vidare intresserat sig för att skapa beskrivningskategorier där själva poängen är att granska dessa kategorier samt relationen mellan dessa (Uljens 1989 s. 59). Ytterligare en följd av att ansatsen i följs slaviskt är att i denna studie ligger det istället ett större fokus på de likheter som finns i de intervjuades uppfattningar. Detta då det snarare finns en önskan om att förstå hur dessa uppfattningar som helhet relaterar till varandra snarare än att konstaterar varandra. Därmed blir kategorierna inte lika exklusiva som de skulle vara om det varit en strikt fenomenografisk analys. Vidare så är där inte en systematisk uppdelning i användandet av teorin vid tolkningen utan dessa används genomgående i de olika beskrivningskategorierna just då önskan återigen är att visa hur de relaterar till varandra snarare än hur de konstaterar varandra.

5.2 En övergripande introduktion till relationerna

I intervjuerna blir det tydligt att relationerna i butiken har stor betydelse för det dagliga arbetet. För att bättre förstå vilka dessa är följer först en kort beskrivning och introduktion kring dessa. Då detta är en fenomenografisk studie som därmed inriktar sig på upplevelsen av fenomenet hos de anställda så är det inte endast de relationer mellan de fyra personer som i realiteten medverkar i studien som framkommer i det empiriska materialet. Utan även upplevelsen av de relationer som ligger utanför den fysiska arbetsplatsen är av intresse för studien eftersom de är en del av intervjupersonernas upplevelse av sitt arbete. Den term som intervjupersonerna själva väljer att använda när de talar om dessa personer är *företaget* som till exempel kan vara olika chefer eller företagets VD. Det kommer inte att redogöras närmare än så för dessa positioner då vem de är som subjekt inte är intresset för studien utan återigen är det intervjupersonernas upplevelse av dessa och organisationen de arbetar inom som är av intresse. När det i analysen refereras till företaget så är det dock dessa personer som är i

åtanke. Med det sagt är de relationer som går att urskilja i det empiriska materialet den mellan företaget och butikscheferna, företaget och butiksbiträdena, butikscheferna och butiksbiträdena och samtliga butiksanställda och kunderna. Relationen mellan de anställda i butiken och kunderna är kanske inte i sig inte en pedagogiskt relevant relation. Trots detta finns den med i analysen och resultatet då samtidigt belyser något om de mer relevanta pedagogiska relationerna, nämligen mellan företaget, butikscheferna och butiksbiträdena.

5.3 En övergripande bild av kommunikationen

På samma sätt som en överblick gavs till de relationer som återfinns på arbetsplatsen följer först även en kort introduktion till kommunikationen kring arbetsplatsen. De faktorer som övergripande genomsyrar intervjuerna är upplevelser av känslor, meningsfullhet och kommunikation. Kommunikationen kan sedan i sin tur särskiljas mellan skriftlig kommunikation och muntlig kommunikation. Kommunikationen inom organisationen sker främst skriftligt från huvudkontoret genom epost till butiken och genom loggböcker eller muntligt på själva arbetsplatsen mellan de anställda genom så kallad *face to face* interaktion. Det intervjupersonerna ger uttryck är att de olika formerna för kommunikation och relationerna tillsammans ger upphov till olika känslor och upplevelser av meningsfullhet som är med till att forma hur de tolkar sitt arbete och arbetsuppgifter. För att försöka belysa vad som kan tänkas påverka dessa tolkningar kommer de teorier om internkommunikation, organisations pedagogik, mellanmänsklig kommunikation, relationell pedagogik och pedagogisk retorik som tidigare presenterats fortsättningsvis användas i analysen.

5.4 Kommunikation via epost

Inom detta företag är det vanligaste sättet att kommunicera vad som skall hända i butiken genom epost från huvudkontoret till butiksmailen. Samtliga anställda i butiken förväntas ta del av den information som skickas till denna och ansvara för att de saker som kommuniceras via den bli utförda. Även om epost är en interaktiv form för kommunikation genom att tillåta vad man kan kalla för en fråga svar dialog beskrivs hur kommunikationen via epost ofta inte fungerar väl med arbetet i butiken. Exempelen kan handla om tillsynes enkla små saker som att ord i formuleringar gör det blir oklart när kampanjer till exempel ska genomföras. De som arbetar menar dock att konstanta oklarheter i dessa småsaker inverkar på det dagliga arbetet då det betyder att istället för att det är tydligt från början krävs en tolkning av vad som menas med informationen.

”-... när vi har fått tydligast instruktioner, att dem här grejerna man ska göra inte är så luddiga, att det inte finns för stort utrymme till för stor tolkning.”

Inom internkommunikationsteori menar man att skriftliga medier har den fördelen att man hela tiden kan gå tillbaka till källan och läsa om skriften och om denna har blivit korrekt skriven så är utrymmet för missförstånd litet. I exemplen från de anställda är det dock alltså ofta att dessa formuleringar inte är tydliga nog för att det inte skall finnas utrymme för missförstånd. Fördelen med epost är att det är interaktivt så att man kan maila tillbaka och fråga vid eventuella missförstånd. Oftast menar man dock att detta blir mer tidskrävande och att det även är oklart vem det alltid är man skall hänvisa sig till för att få svar på sin fråga. På grundval av detta väljer man oftast att inte kontakta personen igen utan kommer fram till en lösning inom butiken istället.

”... vi gör det efter vad som funkar hos oss men vi har det som en mall i bakgrunden, att vi ska försöka hålla oss till vad dem har presenterat, men vi känner efter om det funkar för oss och kanske formar om det lite...”

Bara för att epost är ett interaktivt media behöver det alltså inte nödvändigtvis innebära att man utnyttjar det som detta, det kan alltså ha sina fördelar till att förklara komplexa budskap men behöver alltså inte vara det. Ett sätt att få hjälp om man upplever det extra svårt att tolka den uppgift man skall lösa är att man ringer till en annan butik och frågar hur de tolkat informationen, hur de tänker sig att de skall tillämpa informationen och så talar man om hur man skall lösa uppgiften. Som man återigen menar inom det interna kommunikationsperspektivet så finns det inget som kan ersätta en riktig dialog mellan människor och den formen av snabba komplexa kommunikations utbyte som detta möjliggör. En av de intervjuade beskriver just hur denne upplever att kommunikationen via epost inte är lika tillfredställande som att ha direkt kommunikation med någon.

”... det blir alltid en fler stegs kommunikation och då känner jag att det kan falla bort en del viktiga saker under vägen. Istället för att man direkt frågar och att kommunikationen kan vara mellan person A och B istället för att två tre andra ska in mellan då försvinner nått på vägen...”

5.5 Att tolka sitt arbete utifrån epost

Som beskrevs i ovanstående stycke så genererar missförstånd i kommunikationen med dem utanför butiken negativa känslor. Detta får i sin tur följder för hur de anställda ser på informationen som förmedlas och hur de tolkar detta i förhållande till sitt arbete.

”... man tappar respekten för idéerna och det som skall pushas. När visionen inte förankras i hur det ser ut nere på golvet, då är det inte så speciellt kul med alla snabba eller ogenomtänkta idéer som kommer uppifrån.”

Som man menar inom organisations pedagogik så är vi människor uppgiftsorienterade. När vi löser våra uppgifter så är vi dock påverkade av vår sociala omgivning. Denna påverkar hur vi tolkar uppgiften, vad vår roll i uppgiften är och därmed har det betydelse för hur vi kommer att utföra arbetsuppgiften. Ett sätt att tolka informationen är att den upplevs som ogenomtänkt och att den inte är förankrad i ens arbetsplats. Människan är inte ett passivt objekt som endast tar emot stimuli från omgivningen utan denne gör alltså en tolkning av dessa och utför sedan sina handlingar. Den information som förmedlas via eposten är egentligen något som syftar till att hjälpa arbetet i butiken. Kampanjer är något som skall generera kundflöde och göra säljarbetet lättare för dem som arbetar i butiken. Trots att dessa alltså är skall fungera positivt så är det inte givet att de tolkas så.

”... informationen kanske inte är så förankrad i hur butiken funkar, att ibland så blir det mer att det blir en svårighet istället för att något som hjälper upp arbetet i butiken.”

Att information kring arbetsuppgifter som skall utföras förmedlas via epost är inget nytt i verksamheten. Däremot har omstruktureringar inom verksamheten förändrats under tiden som de anställda arbetat i butiken. Förut beskriver en av de anställda att det fanns någon i butiken som hade ett större ansvar för att ta hand om denna information och förmedla den vidare till övriga. Denne beskriver att det även fanns mer tid till att utföra uppgifterna.

”... Förut var det ganska roligt att få tävlingar eller nya kampanjer eller sådana grejer. Då hade man tid och oftast en människa som var ansvarig för det här och nu har man inte det längre...”

Med hjälp av ovanstående citat kan man alltså se att det finns en skillnad i hur den anställda tolkar informationen och hur den ser på sin uppgift att utföra denna. Att det finns en riktig person som är ansvarig för att förmedla informationen och att det finns tid till detta leder istället till att denne tolkar uppgiften som förmedlas som ett positivt inslag i sitt arbete i stället. Inom den interna kommunikationsteorin menar man att man måste ta hänsyn till vilka faktorer som gör att den tänkta kommunikationen fungerar så som det var tänkt. När allt fler verksamheter styrs av tekniska eller ekonomiska utgångspunkter är det lätt att glömma att kommunicera kräver tid. Den sociala tiden och den riktiga dialogen är värdefull för att vi ska förstå och acceptera och trots detta tenderar denna tid att minska. Utifrån det pedagogiska organisationsperspektivet kan vi åter se att hur den sociala omgivningen uppfattas av individen gör att den tolkar sina arbetsuppgifter på olika sätt. I exemplet där man endast kommunicerar via epost och denna ofta upplevs som otydlig tolkar man uppgifterna som om

de inte är förankrade i ens dagliga arbete och snarare är ett störningsmoment. I exemplet där man kommunicerar via epost men även har en person som är ansvarig för att förmedla detta till övriga tolkar man det som något roligt, alltså som något positivt för ens arbete. En förklaring till detta kan alltså både vara för att det tillåter en mer komplex kommunikation då denna sker *face to face* och alltså innefattar alla delar av vårt mellan mänskliga sätt att kommunicera. Det kan även ses som att skillnaden ligger i att vi får ett av våra mänskliga behov uppfyllda till följd av våra relationella väsen då det sker ett meningsskapande tillsammans med en annan människa.

5.6 Känslor och kommunikation via epost

Som inledningsvis nämndes så skapar både de olika relationerna och formerna för kommunikation olika upplevelser av känslor och meningsfullhet för arbetet hos de anställda. Eftersom den information som förmedlas via epost ofta upplevs av dem som skall utföra denna som otydlig och i behov av mer eller mindre tolkning så genererar denna ofta negativa känslor. Känslorna kommer att förknippas med dem som kommunicerar informationen och till själva budskapet som skall förmedlas via dem.

”-... Jag tror att det handlar om att man känner sig missförstådd, eller att man känner att man inte har nått förtroende, att kommunikationen inte har gått hela vägen och att man tolkar det som nått osäkert.”

Att kommunicera handlar inte bara om att förmedla ord, skulle det vara så enkelt skulle det inte uppstå något problem med att endast kommunicera skriftliga budskap individer i mellan. Som exemplet ovan belyser är det dock inte så enkelt utan att kommunicera budskap som förstås så som de är avsedda genom endast skriftlig kommunikation kan vara mer komplicerat och svårt. En anledning till detta kan vara att själva orden vi använder i vårt mänskliga språk bara delvis utgörs av orden i sig. Språket består till stor del även av det som inte uttrycks explicit med hjälp av ord utan istället med vårt röstläge, eller ansikts- och kroppsspråk vilket till och med har företräde när det kommer till att tolka vad någon vill säga oss. När man kommunicerar via epost som man gör i dessa exempel som intervjupersonerna talar om separerar man de olika delarna av språket från varandra. Eftersom detta innebär att en stor del av språket försvinner som hjälper oss att tolka innebörden av orden är det möjligen en faktor till varför det ofta blir missförstånd i kommunikationen mellan de som arbetar i butiken och dem som arbetar utanför denna. Att detta i sin tur leder till just negativa känslor kanske kan förstås utifrån det behov vi har av att förstå och tolka vår omvärld och när vi upplever detta blir oklart känner vi oss oroliga och ängsliga. Att misskommunikationen i butiken via epost genererar negativa känslor för de anställda i butiken kan kanske tolkas som ett uttryck för

denna osäkerhet i att de leder till att man inte helt förstår både vad det är de som arbetar utanför butiken vill samt vad det är man förväntas utföra i sitt arbete.

5.7 Att arbeta ensam och känna mening

De anställda har även varit med om att periodvis arbeta ensamma i företaget genom att endast avlösa varandra mellan arbetspassen. Upplevelsen kring detta skiljer sig något åt i intervjuerna då det både finns uttryck för att man upplevt det som enklare att fokusera på säljarbetet när man är själv och som något negativt. Denne som upplevt det som enklare att fokusera tror dock att det har att göra med att säljarbetet inte är dennes enda arbetsuppgift och att detta leder till en annan upplevelse av ensamarbetet. Personen tror att dennes upplevelse på grund av detta skiljer sig från sin andras.

”- ... är det stilla och det inte kommer några kunder och man inte har några arbetskolligor att prata med för den delen heller då är det kanske lätt att man känner att man inte har någon meningsfull sysselsättning.”

Kommunikationsmässigt menar personen dock att arbetet i butiken fungerar trots ensamarbete. Genom handskrivna loggböcker samt att läsa de epost som skickas från huvudkontoret fungerar den dagliga verksamheten med enstaka missar i att någon glömmer ta del av denna information eller liknande. Trots att arbetet fungerar rent driftsmässigt verkar det som person ger uttryck för inte vara tillräckligt för att alla anställda ska uppleva att det är en meningsfull sysselsättning.

”-... För jobbade jag väldigt mycket ensam och då var det jäkligt tråkigt för det betyder att all input och all pepp man får kommer ifrån kunden...”

Enligt det biologiska pedagogiska villkoret har vi ett livslångt beroende av andra i egenskap av vårt relationella väsen för att både utvecklas och må bra. Som samma perspektiv menar så innebär detta dock inte att vi ingår i ett mellanmänniskt meningsskapande med alla personer vi möter. En möjlig förklaring till att det inte räcker med det mellanmänniska mötet med kunderna för de anställda att uppleva mening i sin sysselsättning kan vara att det inte är dessa som man främst vill skapa mening med. Dessa är tillskillnad från arbetskolligor tillfälliga inslag i ens arbete och de man kanske främst vill skapa förståelse med kring ens sysselsättning är dem som man arbetar med och arbetar för.

”- ... Att man får respons på arbetet helt enkelt och inte bara ifrån kunderna utan även ifrån företaget, det är samma där att man blir sedd av sin chef och företaget när man är längst nere på golvet också.”

Genomgående i intervjuerna är att man vill känna sig sedd och delaktig, teamkänsla är även ett återkommande uttryck från intervjupersonerna. Inom relationell pedagogik talar man om alienationsproblematik som handlar om att individer i sin dagliga verksamhet blir vad som liknas vid ett ting i ett socialt system snarare än vem de är som individer. Det motsatta till detta tillstånd är att man istället får ingå i en gemenskap av människor inom vilken man får möjlighet att utvecklas. I relationell pedagogik, liksom inom pedagogisk retorik, menar man att det är i mötet med andra som vi utvecklas och har potential att må bra. Detta blir alltså problematiskt om möjligheten för att arbeta tillsammans med sina kollegor inte finns.

”- ... jag vill veta vad som är bra och vad som är dåligt så att man har en kommunikation hela tiden. Så att man ser vad som händer, vad man är svag på vad man är starkt på så att man ser vilka bitar man kanske måste jobba mer på.”

Inom det organisations pedagogiska perspektivet menar man att vi individer är uppgiftsorienterade och vill lära oss hur vi skall lösa våra uppgifter, vilket citatet belyser. Det belyser dock även som man menar i de relationella och retoriskt pedagogiska perspektiven att vi behöver andra för att denna utveckling skall ta plats och bli lyckad.

5.8 Upplevelse av delaktighet i organisationen

Som ovanstående tema visar finns ett behov av att man känner sig delaktig med dem som man arbetar med för man ska uppleva sitt arbete som meningsfullt. För att detta ska ske finns ett behov av att fysiskt träffa sina kollegor. Men som det även till viss del framkommer redan i föregående tema finns även ett behov av att man upplever att man har en relation till dem utanför butiken, till företaget. I intervjuerna beskrivs till exempel hur man upplever att företaget har förändrats under tiden man arbetat där. Det är dock inte alla som upplever att de vet varför det har blivit så.

”-... det jag berättar nu är saker som märkts lite mer hela tiden istället för att det är någon information...”

Inom den interna kommunikationsteorin menar man att en av de viktigaste anledningarna till internkommunikation är att om medarbetarna inte förstår vad företaget arbetar för lär ingen annan heller göra det. Att inte veta detta skapar en upplevelse hos de anställda i att de inte helt känner sig delaktiga i företaget.

”-... en bättre transparens hade påverkat mycket hur man känner sig delaktig i själva organisationen...”

Som Antonovsky menar är känslan av sammanhang i tillvaron den viktigaste faktorn för människor i deras hälsobefinnande. Denna skapas i sin tur genom *meningsfullhet*, *hanterbarhet* och *begriplighet*. Genom meningsfullhet känner vi oss delaktiga i våra dagliga erfarenheter, hanterbarheten att vi kan hantera det som vi förväntas och begriplighet infinner sig när det är en balans mellan dessa. För att denna balans skall infinna sig krävs dock att vår tillvaro till viss del är förutsägbar för oss. Att inte förstå vad som händer inom företaget, alltså utföra sitt arbete utan insyn i sammanhanget, beskriver även de anställda får betydelse för det dagliga arbetet. Detta i form av upplevelsen att arbetsplatsen känns osäker vilket påverkar stämningen bland personalen. Denna stämning påverkar även relationen till kunderna.

”... det märkets på hur mycket som det pratades i butiken, hur mycket hjälp det var och folk ville ha, så bemötandet blev också annorlunda när det inte var bra bland personalen.”

Även om relationen med kunderna inte är det som är intressant för de anställdas meningsskapande och förståelse för sina arbetsuppgifter blir de samtidigt ett uttryck för hur dessa kan påverkas genom relationen och kommunikationen mellan anställda och företag. De känslor som anställda upplever i förhållande till sin arbetsplats spelar alltså roll för verksamheten i stort. Dessa är alltså inte endast något som hör till det privata utan är ständigt även en del av våra arbetsliv också. Även om de anställda utför sina arbetssysslor och inte verbalt ger uttryck för att det inte är bra på arbetsplatsen internt så är en möjlig tolkning i enlighet med det pedagogiska retoriska perspektivet att detta kan komma till uttryck ändå genom den ickeverbala kommunikationen som sker mellan anställd och kund. Detta då man inom detta perspektiv talar man om de tre komponenterna *ethos*, *phatos* och *logos* för att förklara hur vi som talare upplevs när vi kommunicerar. *Logos* handlar om huruvida det vi säger känns meningsfullt, *logos* om den som lyssnar känner att den känslomässigt knyter an till det som sägs och *ethos* handlar om talaren uppfattas som trovärdig. Hur trovärdig talaren upplevs, alltså *ethos*, är ett resultat av hur väl de två andra delarna harmonierar med varandra. Om inte medarbetarnas känsla av att vara i butiken och de budskap de försöker förmedla upplevs som genuint får det alltså även konsekvenser för hur kunderna tolkar detta. Även dem är ju relationella till sina väsen och bedömer det som kommuniceras till dem. Därmed kan hur den kommunikation och känslor som samspelar internt inom verksamheten i det dagliga arbetet förstås som relevant för hela verksamheten då den även påverkar den relation som skapas till kunderna.

5.9 Sammanfattning av resultat och analys

I ovanstående avsnitt har de olika teman som sett som centrala för meningsinnehållet i intervjuerna och för studiens syfte presenterats tillsammans med de teorier som tidigare beskrivits i arbetet. Dessa sammanfattas och återknyts i korthet till de frågeställningar som presenterades inledningsvis i uppsatsen.

5.9.1 Vilken betydelse har mellanmännisklig kommunikation för organisationer och verksamheter?

Det som framkommer i det empiriska materialet och i till exempel beskrivningskategorierna *Kommunikation via Epost, Att tolka sitt arbete utifrån epost och upplevelse av delaktighet i organisationen* är att olika sätt att kommunicera inom verksamheten får konsekvenser för hur det dagliga arbetet utförs. Att budskap kommuniceras efter vilket sätt som lämpar sig för att detta skall mottas på rätt sätt blir alltså viktigt för att detta skall få den effekt som är avsedd mellan ledning och anställda. I beskrivningskategorierna finns olika exempel på när denna kommunikation inte fungerar och hur det har en negativ inverkan på det dagliga arbetet. Epost som är det vanligaste sättet att kommunicera på i denna verksamhet uppfattas ofta problematiskt och det finns även exempel på att man istället efterfrågar just den mest tillåtande formen för mellanmännisklig kommunikation, alltså våra riktiga möten och dialoger med varandra. I analysen återfinns till exempel hur arbetsuppgifter tolkas i mer negativ eller positiv bemärkelse utifrån om dessa förmedlas via en muntlig dialog med en riktig människa eller via endast ett skriftligt medier. Detta stödjer alltså den interna kommunikationsteorin i det att olika medier kan vara olika framgångsrika men ingen av dessa kan ersätta de riktiga mellan mänskliga mötena och kommunikationen. Detta då de förser oss med den mest komplexa formen för kommunikation samtidigt som det tillgodoser några av ett våra mest mänskliga sociala och psykologiska behov. Att vara medveten om vilken roll denna mellanmänniskliga kommunikation har blir alltså viktig för att förstå hur det dagliga arbetet kan påverkas negativt eller positivt utifrån detta för hela verksamheten.

5.9.2 Vilken betydelse har den mellanmänniskliga kommunikationen för de anställdas uppfattning av sin arbetsplats och sitt arbete?

Ovanstående frågeställning och denna frågeställning är naturligtvis inte skilda från varandra utan det är snarare hur dessa samspelar som är intressant för att skapa en förståelse för det fenomen som önskas undersökas i denna uppsats. Hur anställda uppfattar sin arbetsplats och arbete får betydelse för organisationer och verksamheter och därmed är samtliga frågeställningar genomgående i alla beskrivningskategorier. Men som ett exempel blir det tydligt i beskrivningskategorin *Att arbeta själv och känna mening* att den mellanmänniskliga kommunikationen är betydelsefull för de anställda mer än att förmedla budskap i en rent deskriptiv bemärkelse. Detta då det mellan mänskliga mötet även är med till att skapa en

positiv känsla av gemenskap och meningsfullhet kring arbetet som inte kan uppnås genom endast skriftliga kommunikationsmedel utan kräver *face to face* kommunikation. Detta framgår även i de andra beskrivningskategorierna då de blir exempel på hur tolkningen av arbetsuppgifterna tenderar att bli negativa när de kommuniceras endast elektroniskt, tillskillnad från när detta sker i kombination med att det även finns en riktig person som förmedlar dessa till en. Den mellan mänskliga kommunikationen har alltså en roll för om de anställda uppfattar sin arbetsplats och det arbete som skall utföras som meningsfullt och därmed positivt eller inte.

5.9.3 Hur kan mellanmänsklig kommunikation förstås som pedagogiska relationer?

Även denna sista fråga hänger samman med de två övriga men syftar mer till att förstå *vad* det är i mötet mellan individer i den mellan mänskliga kommunikationen som gör att vi har ett behov av denna. Både inom den relationella pedagogiken och inom det retoriska pedagogiska perspektivet menar man att det är just i mötet mellan människor som vi vill lära och utvecklas. Inom det pedagogiska retoriska perspektivet försöker man ännu mer specifikt koppla vad det är i språket och de känslor som uppstår i samband med detta som gör att vi vill eller inte vill lära. För att vi ska vilja lära av någon vill vi känna att det finns en känsla av meningsfullhet och tillit i våra relationer. Detta förmedlas både via de ord vi väljer men till stor del även via våra ansikten och kroppsspråk, samspelar inte dessa infinner sig inte denna relation som gör att vi vill utvecklas. I samtliga beskrivningskategorier finns exempel på vad som händer när delar av kommunikationen och språket begränsas eftersom bara en del av detta är möjligt via epost. Dessa uppgifter och budskap tenderar att uppfattas i negativ bemärkelse vilket visar på att hur vi kommunicerar är en viktig del i hur vi tar oss an uppgifter och om vi vill utvecklas. Beskrivningskategorin *Att arbeta ensam och känna mening* blir både ett exempel på att endast kommunicera via skrift utan en gemenskap inte leder till de känslor som gör att man känner meningsfullhet eller tillit och vill utvecklas. Inom det relationella pedagogiska perspektivet är det riktiga mötet nödvändigt för att man skall kunna utvecklas då det är just i mellanrummet mellan människor den mänskliga utvecklingspotentialen ligger. På detta vis blir den mellan mänskliga kommunikationen genom riktiga möten en del av de förutsättningar som finns för att medarbetarna skall vilja lära och utvecklas på sin arbetsplats och kan således förstås som pedagogiska relationer.

6. Diskussion och avslutande reflektion

I denna uppsats har önskan varit att undersöka vilken betydelse mellanmänsklig kommunikation har för organisationer och verksamheter. Motivationen till uppsatsämnet kommer ifrån, som beskrivs i avsnittet om förförståelse, en egen erfarenhet av att denna

kommunikation får minder utrymme. Att hitta tidigare forskning som relaterar till just detta ämne var dock något som visade sig vara svårare än väntat. Till sist hittades dock forskning som visar på både vilken betydelse kommunikation och känslor har för både lärande i arbetslivet och för verksamheter som helhet. I denna framkom att positiva känslor som till exempel tillit främjas främst av *face to face* kommunikation. Precis som är fallet för denna studie är dock att det blir allt vanligare att man kommunicerar allt mer inom organisationer elektroniskt genom till exempel epost. Detta har dock som det både visat sig i den tidigare forskningen och i denna uppsats visat sig problematiskt då oavsett om vi önskar eller inte kommunicerar vi känslor även genom epost. Eftersom epost inte är ett lika komplext kommunikationsmedia som *face to face* interaktion är ger dessa känslor, oavsett om de är avsiktliga eller inte, ofta upphov till en känslomässig misskommunikation som får negativ inverkan på verksamheten inom organisationen. Det som visat sig kunna förbättra denna kommunikation är ju mer man får den att likna en *face to face* interaktion. Även om kommunikation via epost, som får figurera som exempel, inom organisationer kan förbättras genom att man arbetar medvetet mot att efterlikna denna säger det ändå något om vårt behov av riktiga möten med andra. Detta eftersom den potentiellt kan förbättras just i egenskap av att likna våra mellanmännsliga *face to face* samtal så mycket som möjligt. För att förtydliga, eftersom epost och andra sätt att kommunicera även är former för mellanmännslig kommunikation, så är den rikaste formen för mellanmännslig kommunikation våra verkliga möten. De andra formerna har potential att efterlikna detta men kan inte ersätta en riktig dialog mellan två människor. Det säger även något om att känslor bör höra hemma i vår kunskap kring att förstå de verksamheter som människor ingår i och inte är något som hör hemma i det privata. Detta eftersom vi alltid upplever och kommunicerar känslor och att dessa har potential att påverkar verksamheterna i både negativ och positiv bemärkelse.

Det har dock varit svårare att hitta forskning som inriktar sig på *vad* det är i våra möten, kommunikation och känslor som gör att dessa är så viktiga för oss. Som ett försök att skapa en förståelse för detta har både relationell pedagogik och retorisk pedagogik försökt tillämpas i kombination med de andra inriktningarna. Inom den relationella pedagogiken talar man just om att vi behöver det mellanmännsliga mötet och relationer för att kunna utveckla färdigheter och kunskap då det är i detta mellanrum mellan oss som detta blir möjligt. Man talar även om en alienationsproblematik i form av att man endast blir en roll i det system man ingår i istället för att man som individ får utvecklas i en gemenskap mellan människor. Detta tolkar jag som att det måste kännas meningsfullt för oss att förstå vad det är vi skapar och utvecklar utifrån oss som individer, vilket även är ett tema som till stor del präglat mitt empiriska material.

Därmed så ser jag den retoriska pedagogiken som just ett komplement till att förstå vilka förutsättningar som är gynnsamma för att vi vill lära och utvecklas i dessa möten, mellanrum och relationer. Studiens utgångspunkt är alltså inte att alla relationer är pedagogiska eller att all mellanmännisklig kommunikation är en pedagogisk verksamhet. Utan önskan har snarare varit att undersöka vilken roll vår mellanmänniskliga kommunikation har för verksamheter och organisationer, delvis genom ett relationellt pedagogiskt perspektiv och ett pedagogiskt retoriskt perspektiv. Dessa skall alltså inte förstås som att det ena är mer dominerande än det andra utan snarare om de tillsammans kan bidra till att förstå uppsatsens forskningsfråga. Inom den relationella pedagogiken menar man dock att påverkan i sig inte är målet för den pedagogiska verksamheten utan att det är själva mötet mellan lärare och elev där den ena har ansvar för den andres personliga mognad och utveckling. Detta är dock problematiskt att argumentera för att det även skulle vara målet för alla organisationer då de i sig har ett mål som de arbetar för och vars utgångspunkt rimligen är att få alla att arbeta mot specifikt detta. På så vis blir det tydligt att utgångspunkten för verksamheten blir viktig då relationell pedagogik riktar sig mot skola och utbildning och utgångspunkten för denna uppsats är ett företag med helt andra intressen. I egenskap av detta vill de alltså få sina anställda att arbeta mot deras vision vilket alltså inte är förenligt med det relationella pedagogiska perspektivet i den bemärkelsen. När det kommer till vilken betydelse mellanmännisklig kommunikation har för organisationer och verksamheter så är frågan om inte dessa skulle gynnas av att se till det mänskliga behovet av att vi utvecklas i relation med andra. Att vi får lov att känna mening i det vi gör i verksamheten i gemenskap med andra och en förståelse för hur den mellanmänniskliga kommunikationen skapar möjligheter för om vi vill utvecklas och lära oss i denna miljö. Samt att detta skapas genom vårt språk och känslor och därmed är det av vikt att inom organisationen ha en förståelse för hur man ska arbeta med detta som en del av verksamheten.

7. Referenslista

- Aspelin, Jonas & Persson, Sven (2011). Om relationell pedagogik. 1. uppl. Malmö: Gleerup
- Boynton Lois, Mishra Aneil & Mishra Karen (2014) Driving Employee Engagement: The Expanded Role of International Communications. © 2014 by the Association for Business Communication Reprints and permissions: sagepub.com/journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/2329488414525399 job.sagepub.com
- Byron, Kristin. Carrying too Heavy a Load? The Communication and Miscommunication of Emotion by Email. *Academy of Management Review*. Apr2008, Vol. 33 Issue 2, p309-327. 19p. 1 Diagram, 1 Chart. DOI: 10.5465/AMR.2008.31193163. , Database: Business Source Complete
- Dahlgren, Owe & Johansson, Kristina (2009). Fenomenografi. I Fejes, Andreas & Thornberg, Robert (red.) (2009). *Handbok i kvalitativ analys*. 1. uppl. Stockholm: Liber
- Dimpleby, Richard & Burton, Graeme (1997). *Oss emellan: mellanmänsklig kommunikation*. Lund: Studentlitteratur
- Dougherty, Debbie. S & Drumheller Kristina (2006) Sensemaking and Emotions in Organizations: Accounting for Emotions in a Rational(ized) Context, *Communication Studies*, 57:2, 215-238, DOI: [10.1080/10510970600667030](https://doi.org/10.1080/10510970600667030)
- Erikson, Peter (2011). *Planerad kommunikation: strategiskt ledningsstöd i företag och organisationer*. 7., [uppdaterad] uppl. Malmö: Liber
- Fejes, Andreas & Thornberg, Robert (red.) (2009). *Handbok i kvalitativ analys*. 1. uppl. Stockholm: Liber
- Filstad, Cathrine (2012). *Organisationslärande: från kunskap till kompetens*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Kindeberg, Tina (2011). *Pedagogisk retorik: den muntliga relationen i undervisningen*. 1. utg. Stockholm: Natur & kultur
- Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur

- Lid Andersson, Lena (2009). Ledarskapande retorik: Dag Hammarskjöld och FN:s övriga generalsekreterare som scen för karisma, dygder och ledarideal. Diss. Stockholm: Handelshögskolan, 2009
- May, Tim (2001). Samhällsvetenskaplig forskning. Lund: Studentlitteratur
- Mollberger Hedqvist, Gun (2006). Samtal för förståelse: hur utvecklas yrkeskunnande genom samtal? Diss. Stockholm: Stockholms universitet, 2006
- Ohlsson, Jon (2004) Mellan jobb och fritid. I Tedenljung, Dan (red.) (2008). Arbetsliv och pedagogik. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Tedenljung, Dan (red.) (2008). Arbetsliv och pedagogik. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Uljens, Michael (1989). Fenomenografi: forskning om uppfattningar. Lund: Studentlitteratur