

Interaktionens möjligheter – en kvalitativ studie om hur interaktion kan förändra individers inställning

Josefin Karlsson

Ann-Sofie Greneheim

Examinator: Ann-Charlott Timander

Göteborgs Universitet HT15

SQ 4133: Fältanknutet vetenskapligt arbete i socialt arbete

Antal tecken: 32 926

Innehållsförteckning

| | |
|---|-----------|
| 1. Inledning..... | 2 |
| 1.1 Bakgrund..... | 2 |
| 1.2 Begreppsdefinitioner | 3 |
| 2. Syfte och frågeställningar | 4 |
| 3. Teori | 5 |
| 4. Tidigare forskning..... | 7 |
| 5. Metod | 10 |
| 5.1 Datainsamling | 10 |
| 5.2 Urval..... | 10 |
| 5.3 Analysmetod | 11 |
| 5.4 Validitet | 11 |
| 5.5 Etiska aspekter..... | 12 |
| 5.6 Förförståelse | 13 |
| 6. Analys..... | 14 |
| 6.1 Sociala företags syfte och innebörd otydliga | 15 |
| 6.2 Uppfattning om sociala företag efter studiebesöket..... | 16 |
| 6.3 Deltagarnas mångfald | 17 |
| 6.4 Deltagarna är som vem som helst..... | 18 |
| 7. Diskussion..... | 20 |
| 7.1 Framtida forskning..... | 21 |
| Referenser | 22 |
| Bilaga 1 – intervjuguide | 24 |
| Bilaga 2 – Informationsblad..... | 25 |

1. Inledning

I hela livet kommer man att möta en mängd olika individer i olika sammanhang. Inget möte kommer att vara det andra likt. Interaktionen ser olika ut varje gång och för varje människa. I vår studie har vi undersökt om möten har förmågan att förändra socionomstudenters inställning och uppfattning om sociala företag och dess deltagare efter att ha besökt dem. Vi tycker att det är intressant att se om kontakt mellan studenterna och deras framtida potentiella klienter har något mervärde för studenterna. Eftersom sociala företag är en så pass stor del av det sociala arbets sektor är det också intressant att undersöka studenternas kunskap om dessa. Tidigare forskning visar på att möten mellan grupper minskar stigmatiseringen och att tillräckligt med kunskap ännu inte finns inom detta område, och särskilt inte inom de sociala företagens sociala kontext. Genom individuella intervjuer med tre olika studenter har vi undersökt interaktionens påverkan på studenterna och analyserat dessa med hjälp av den symboliska interaktionismen. Vi argumenterar i linje med den symboliska interaktionismen att interaktion skapar förändring i individers synsätt på sin omgivning.

1.1 Bakgrund

Vi besökte ett projekt, vars syfte är att öka samverkan mellan socionomutbildningar och sociala företag, bland annat genom att anordna studiebesök för studenterna och deltagarna i det sociala företaget. Meningen är att de ska lära av varandra och att det spänningsförhållande som ofta återfinns mellan yrkesliv och brukare ska minska. Under våra fältstudier fick vi möjligheten att möta både studenter, deltagare och personal och besöka deras respektive verksamheter. Vi tyckte därför att det vore intressant att undersöka om detta utbyte hade något mervärde för studenterna och om deras uppfattningar och inställning till deltagarna och de sociala företagen förändras av interaktionen.

Ett socialt företag är ett arbetsintegrerande företag som varken ägs av kommuner eller statliga organisationer. Företagen kan drivas som arbetskooperativ, det vill säga att de som arbetar där är delaktiga antingen genom delägande eller genom att vara delaktiga i beslut som rör organisering eller egen utveckling. Företagen återinvesterar sin vinst i

organisationen, för att på så sätt kunna anställa fler och utveckla företaget. Dessa sociala företag har som mål att dels skapa nya tillfällen till arbete för dem som har svårt att ta sig in på arbetsmarknaden; dels att erbjuda bland annat rehabilitering och arbetsträning för att de så småningom ska kunna få arbete någon annanstans. Det finns även sociala företag vars syfte är välfärdstjänster som utbildning eller vård. De är dock inte arbetsintegrerande sociala företag (Sofisam, 2015). De företag vi besökte tillhörde kategorin arbetsintegrerande sociala företag och deltagarna var antingen där för arbetsträning, rehabilitering eller som anställda.

1.2 Begreppsdefinitioner

Deltagare: Med deltagare menar vi de personer som deltar i ett socialt företags verksamhet.

Stigma: Att nedvärderas och vara missaktad på grund av att man kategoriseras till en viss grupp (Scheff & Starrin, 2013:196).

2. Syfte och frågeställningar

Syftet med arbetet är att undersöka om socionomstudenters inställning till och uppfattning om sociala företag och dess deltagare förändrats efter studiebesök vid sociala företag.

- Hur såg socionomstudenternas inställning till och uppfattning om sociala företag, respektive inställning till och uppfattning om dess deltagare ut innan studiebesök?
- Har socionomstudenternas inställning till och uppfattning om sociala företag, respektive inställning till och uppfattning om dess deltagare förändrats efter studiebesök?

3. Teori

Vi har valt att analysera vårt material utifrån det teoretiska perspektivet symbolisk interaktionism. Symbolisk interaktionism har sina rötter i den amerikanska pragmatismen och började utvecklas under slutet av 1800-talet och början av 1900-talet (Sohlberg, 2014:105). George Herbert Mead, verksam vid University of Chicago, räknas ofta som grundare till interaktionismen (Fangen, 2005:17). Själva termen symbolisk interaktionism myntades dock av Meads elev Herbert Blumer år 1937. Blumer ansåg sig inte själv som den teoretiske grundaren, utan menade att perspektivet är en del av en vid teoretisk strömning ur den amerikanska pragmatiska traditionen (Sohlberg, 2014:105). Symbolisk interaktionism hör hemma inom sociologisk socialpsykologi men används även inom socialt arbete som en metod att tolka olika sociala företeelser och problem.

Blumer konstaterar att symbolisk interaktionism består av tre enkla grundregler. Den första är att människor agerar gentemot olika ting baserat på den mening som dessa ting har för dem. Dessa ting är alla fysiska objekt som en individ kan möta i vardagen, till exempel träd, möbler etc., men som ting räknas även abstrakta begrepp som olika kategorier av människor, till exempel vänner eller fiender. Även institutioner som skolor och myndigheter eller vardagliga situationer som en individ kan hamna i räknas till dessa ting (Blumer, 1969:2). Den andra grundregeln är att den mening som tillskrivs dessa ting uppstår från den sociala interaktion man har med människor i sin omgivning. Den tredje grundregeln är att den mening individen har tillskrivit tingen hanteras och ändras genom en process som tolkar andras beteenden (ibid).

All interaktion är en process där det sker en förändring i personernas sätt att identifiera varandra. Först utgår uppfattningen av den andre från en ganska stereotyp bild som grundar sig i den andres yttre, det vill säga kläder, dialekt och utseende med mera. Sedan bildas en mer konkret bild av den andres identitet, till exempel vanor och uppträdande, under tiden som de båda individerna interagerar med varandra. Med hjälp av denna identifieringsprocess anpassas interaktionen mellan individerna (Boglund, Lundén & Näsman, 1974:60–61). I all konversation i den sociala identifieringsprocessen beror uppfattningen av den andre på vilken mening de gester och uttryck har för individen. Att kommunicera och interagera med andra individer

innebär att vi ”tar andras roller”. Rolltagande kan jämföras med empati; man identifierar sig med den andre genom att sätta sig in i den personens situation eller position. Detta gör att man kan föreställa sig den andres känslor och upplevelser. Rolltagande är därför en förutsättning för att det sociala samspelet mellan människor ska fungera (Trost & Levin, 2010:77). Under identifieringsprocessen som fortlöper under hela tiden individer interagerar med varandra ändras bilden av den andre om informationen visar sig gå emot den uppfattning som det första intrycket gav. Detta kallas icke-institutionaliserad interaktion, alltså en förändrad uppfattning av den bilden de har av varandra. Institutionaliserad interaktion innebär istället att den båda individerna är överens om de positioner de har och därför ändras inte bilden av den andre (Boglund et al., 1974:66).

Vårt samhälle består av individer som interagerar med varandra hela tiden, inte bara genom verbal kommunikation utan även genom det vi ser, hör och upplever på andra plan (Trost & Levin, 2010:105). Vi har en uppfattning om olika ting som vi har gett en innebörd, vilken vi utgår från i mötet med andra. Interaktion kan inleda en social relation. Som exempel kan nämnas två barn som möts första gången; de börjar prata och leka med varandra och detta leder till att de fortsätter vara tillsammans i skolan. De har då inlett en social interaktion med varandra och en följd av denna spontana interaktion blir att de finner en ny kamrat; en social relation (Sohlberg, 2014:101). I detta exempel hade barnen ingen social relation från början. De interagerade alltså inte från en given utgångspunkt. I andra sammanhang utgår vi från en bestämd uppfattning om hur den sociala relationen ser ut. Till exempel när en klient på ett socialkontor träffar en handläggare för första gången. De har då båda två en uppfattning om den sociala relationen de har och interagerar därefter (ibid).

4. Tidigare forskning

Det finns mycket forskning kring sociala företag, men en stor del av den är inriktad mot ekonomisk teori och organisationsteori (se t.ex. Doyle Corner & Ho, 2010). Den allra största delen av denna forskning bedrivs av forskare som inte bedriver sin forskning i svensk kontext. Santos (2012) presenterar ett ramverk för hur sociala företag utmärker sig gentemot andra företag i sin artikel *A Positive Theory of Social Entrepreneurship*. Han är av uppfattningen att sociala företag inte har uppmärksammats tillräckligt i ett teoretiskt sammanhang och därför är syftet att utveckla en positivistisk teori som kan utgöra en grund för vad som urskiljer sociala företag från andra sorters företag (Santos, 2012:336). Han menar att vad som är utmärkande för ett socialt företag är att de utgör en viktig samhällsmekanism som uppmärksammar sociala problem som försummas av staten och marknaden. De fokuserar på empowerment: att stärka individer och grupperns förmåga att hantera och lösa problemen (Santos, 2012:348). Ett socialt företag använder sig ofta av innovativa lösningar för att klara av att konkurrera med kommersiella företag. Santos (2012:345-346) menar att syftet inte är att gå med ekonomisk vinst utan att finna hållbara lösningar för problemen. I och med detta är företagen tvungna att vara innovativa för att hitta lösningar för att kunna gå runt rent ekonomiskt. De problem ett socialt företag uppmärksammar är de med positiva yttre drag. Santos (2012:341) exemplifierar detta genom att visa på att vaccinering mot vissa sjukdomar i vissa fall inte genomförs av andra aktörer, men om de skulle genomföras blir det en positiv konsekvens för befolkningen. Sociala företags uppdrag är alltså att söka lösa marginaliserade grupperns olika svårigheter, där svårigheterna har positiva yttre drag (Santos, 2012:344). Forskningen visar här exempel på hur man kan förstå och förklara sociala företag. Därför är det viktigt att också uppmärksamma sociala företag i en mer social kontext, snarare än organisatorisk, vilket vi har för avsikt att göra med vår studie.

Vad gäller forskning om hur möten med stigmatiserade grupper kan förändra stigma är det främst inom psykisk ohälsa det har bedrivits. Spagnolo, Murphy & Librera (2008:188) genomförde en kvantitativ enkätstudie där de undersökte om gymnasieelevers uppfattning om människor med psykisk ohälsa förändrades efter att ha varit på en föreläsning om psykisk ohälsa. Föreläsningen genomfördes av människor drabbade av psykisk ohälsa. Det visade sig att efter bara en timmes föreläsning hade studenternas attityder förändrats, precis som de förutspått. De menar därför att genom

kunskap och möten med stigmatiserade grupper kan negativa attityder förändras. Dock är forskningen om hur attityder förändras på lång sikt minimal och även deras studie visar endast attitydförändringar på kort sikt (Spagnolo et al., 2008:191-192). Även Corrigan & O'Shaughnessy (2007:95) menar att genom kontakt med stigmatiserade människor med psykisk ohälsa minskar de negativa attityderna. De har utvärderat olika sorters metoder som används för att minska stigmatiseringen och kommit fram till att kontakt med stigmatiserade grupper är den mest effektiva metoden. Andra metoder är opposition och utbildning för att öka kunskapen om de stigmatiserade grupperna (Corrigan & O'Shaughnessy, 2007). De har i sin forskning kommit fram till att ett möte måste ske för att en verklig attitydförändring ska kunna inträffa, eftersom man då får tillfälle att diskutera och interagera med varandra. Detta leder till att negativa attityder förändras. Exempel på mötessituationer är kontaktpersonsprogram där man vid enstaka eller flertalet tillfällen möter varandra. Oavsett mötenas intensitet menar de att stigmatiseringen minskar (Corrigan & O'Shaughnessy, 2007:94-95). Det har genomförts mycket forskning kring hur möten mellan individer med och utan psykisk ohälsa har förändrat stigmatiseringen, men inte lika mycket forskning kring andra stigmatiserade grupper och möten däremellan och eventuella förändringar de genererar.

Forskningen om socionomstudenter är ännu mindre. Sullivan (1993) har dock undersökt om vad socionomstudenter säger sig ha för attityder och vad de visar för attityder i praktiken. Hennes diskussion bygger på hennes kritik mot engelska CCETSWs (Central Council for Education and Training in Social Work) uppfattning om att man kan förutsäga hur studenters attityder ser ut genom att bedöma deras språk och beteende (1999:311). Hon kom fram till att även om studenterna under utbildningen lär sig vilka värden man bör ha som socialarbetare är det svårt att bedöma studenternas attityder. Hon förespråkar därför att fler självreflekterande diskussioner bör vara en del av den engelska utbildningen (Sullivan, 1999:320). En av svårigheterna med att bedöma studenternas attityder är att man inte kan avgöra om det är studentens verkliga värdering eller om det är en värdering för yrkesrollen som hen förmedlar. Studenterna tenderar att uttrycka sig på sätt som de tror är önskvärda av lärare och yrkesmänniskor, utan att de behöver vara deras riktiga värderingar. Att ta till sig en ny värdering betyder också att man måste släppa en annan, vilket kan göra att människor ogärna tar till sig nya värderingar (Sullivan, 1999:316-319). Det kan därför vara intressant att genomföra

en studie som kombinerar socionomstudenters attityder och möten med stigmatiserade grupper, vilket är grunden till vår studie.

5. Metod

Vi valde en kvalitativ ansats för att svara på syftet i vårt arbete. Detta för att en kvalitativ metod är att föredra om man vill ha en djupare förståelse för det fenomen man undersöker. Kvalitativa metoder är flexibla och fungerar bra för att utveckla nya kunskaper. Ofta krävs inte så många objekt att undersöka och istället fokuserar man på några få för att kunna gå in på djupet (Jacobsen, 2012:26).

5.1 Datainsamling

Som datainsamlingsmetod använde vi oss av enskilda intervjuer. Intervjun var semistrukturerad, det vill säga att vi använde oss av en intervjuguide (se bilaga 1) med ett antal frågor som vi utgick från och beroende på vad respondenten svarade ställdes relevanta följdfrågor. Intervjuerna varade mellan 35 och 45 minuter. De spelades in för att sedan transkriberas i sin helhet.

För att hitta tidigare forskning i ämnet och teoretiska referenser sökte vi på olika databaser efter relevanta artiklar och skrifter. Dessa databaser var främst Proquest Social Services Abstract och Göteborgs Universitetsbiblioteks Supersök, vilken är en samling av alla publikationer och databaser universitetet tillhandahåller. Vi använde oss av både svenska och engelska sökord och databaser. Återkommande sökord var bland annat *symbolisk interaktionism*, *social enterprises* och *stigma*.

5.2 Urval

I en kvalitativ undersökning läggs inte så stor vikt på mängden deltagare i undersökningen. Hur många som deltar är inte det centrala utan istället är informationen man får fram av de som deltar mer intressant. Det finns olika sätt att gå till väga när man gör ett urval inför en undersökning (Jacobsen, 2012:128). Eftersom vårt syfte och frågeställning riktade sig specifikt till en grupp så var vårt urval begränsat. De som deltog kan sägas representera en typisk enhet, alltså att de är representativa för en grupp av människor. Samtidigt visste vi inte vilka som skulle svara, så urvalet är även slumpmässigt. Vi har således använt en kombination av olika metoder i vårt urval (Jacobsen, 2012:130-131).

Deltagarna till studien söktes i en klass socionomstudenter som går socionomprogrammets första termin på universitetet. Klassen valdes ut eftersom de deltagit i projektets studiebesök. Vi skickade ut mail till alla de studenter som vi hade informerats av projektet hade deltagit, vilket totalt blev trettio stycken. Mailet innehöll ett informationsblad (se bilaga 2) om vår uppsats samt en förfrågan om de ville delta i en intervju som de blev ombudade att svara på. Av dessa studenter tackade tre stycken nej, tre stycken tackade ja och övriga svarade inte alls. Intervjuerna genomfördes sedan i universitetets lokaler vid en tid som studenterna själva hade fått välja.

De citat som valdes ut för analys var de citat som vi ansåg bäst exemplifierar de teman vi fann och bäst representerar den intervjuades, eller alla intervjuades, ståndpunkt. Citaten är i största möjliga mån återgivna i exakt form utan att ha klippt bort delar. I de fall där vissa delar tagits bort är det delar som respondenten har upprepat sig själv eller stakat sig innan hen har kommit fram till vad hen vill uttrycka egentligen.

5.3 Analysmetod

Vi valde att analysera vårt material med hjälp av innehållsanalys. Innehållsanalysen är bäst lämpad för kvalitativa studier med semistrukturerade intervjuer som spelats in och transkriberats. Den går ut på att man kategoriserar intervjuernas innehåll efter olika teman som man sedan exemplifierar med citat från intervjuerna. Man går systematiskt igenom olika steg i analysen, där man börjar med att anteckna tankar man fick av att läsa transkriberingarna för att vidare arbeta fram olika teman som sedan delar upp under olika huvudkategorier och underkategorier (Burnard, 1991). Vi genomförde vår analys genom att först hitta en mängd olika teman, till exempel *osäkerhet kring sociala företag* och *komplexitet hos deltagarna*. Vi försökte sedan att slå ihop de teman vi hittat till tydliga kategorier. Några exempel från den slutgiltiga listan av kategorier är: *deltagarnas mångfald* och *sociala företags syfte otydligt*. Dessa exemplifierades sedan genom citat från intervjuerna för att sedan användas i vår analys.

5.4 Validitet

På grund av att respondenterna var de enda som ville ställa upp i vår undersökning kan det tänkas att de svar de har givit inte återspeglar en korrekt bild av vad studiebesöken

har inneburit för alla dem som deltog i projektet. Det är möjligt att de som var positiva till vår undersökning också hade en mer positiv upplevelse av studiebesöken, varför vårt resultat hade kunnat se annorlunda ut med andra respondenter (Jacobsen, 2012:164-165). Eftersom undersökningen är av kvalitativ ansats är det inte vårt syfte att nå hög extern validitet, utan snarare att söka förstå fenomenet utifrån ett fåtal enheter, behöver det smala urvalet inte vara till nackdel (Jacobsen, 2012:172). Det finns ingen anledning för oss att tro att respondenterna inte har givit oss sann information, eftersom de berättar om sina egna upplevelser och därmed är förstahandskällor. Det är möjligt att de inte har velat avslöja sina förutfattade meningar fullt ut, i och med att deras framtida yrkesroll inte förväntas att vara fördomsfull och därför har svarat så som en socionomstudent förväntas svara (Jacobsen, 2012:165-166). Att vi utförde intervjun efter studiebesöken, och då ställde frågor om hur deras uppfattning av deltagare och sociala företag såg ut innan studiebesöken, kan eventuellt ha påverkat deras svar. Svaren skulle kunna vara en efterkonstruktion, då det kanske inte hade tänkt på det innan och kände sig tvungna att komma på ett svar då vi ställde frågan. Intervjuerna genomfördes avskilt i universitetsmiljö. Kontexteffekten kan tänkas ha förstärkt rollen som socionomstudent och/eller gjort dem avslappnade, då det är en miljö de är vana vid (Jacobsen, 2012:175).

5.5 Etiska aspekter

De potentiella respondenterna kontaktades via mail och skickades ut till dem separat, så att ingen av dem kunde se vilka mer som hade kontaktats och eventuellt svarade. Innan intervjun blev respondenterna informerade om vad deras deltagande innebar och vad studien innebar. De tre studenterna som intervjuades fick skriva under varsin samtyckesblankett för att visa på att de samtyckte till att intervjun genomfördes och spelades in, samt att intervjun skulle användas i vår studie. De samtyckte även muntligen till att de hade förstått vad deras deltagande innebar. Inspelningarna och transkriberingarna har förvarats på våra privata lösenordskyddade datorer, utan åtkomst för någon utomstående. Efter att arbetet färdigställdes förstördes allt material från intervjuerna. Respondenterna tilldelades varsin pseudonym, utan koppling till verkligheten, för att kunna garantera deras anonymitet i undersökningen (Vetenskapsrådet). De informerades om att undersökningen var oberoende till det

projekt de deltagit i och att de skulle anonymiseras, vilket innebar att de kunde säga vad de ville utan att någon utomstående påverkades.

5.6 Förförståelse

Vår förförståelse om sociala företag var näst intill obefintlig vid undersökningens början. Vi hade aldrig tidigare hört termen, men utefter arbetets gång insåg vi att vi visste vad ett socialt företag innebar, även om vi tidigare varit obekanta med det uttrycket. Det vi visste om sociala företag, och även symbolisk interaktionism, har vi tagit till oss från vår utbildning. Vår förförståelse är alltså präglad av vad socionomutbildningen har för uppfattning av dessa.

6. Analys

Vi ska nu analysera vårt insamlade material och för att tolka detta använder vi oss av symbolisk interaktionism. Materialet väntas svara på vårt syfte och de frågeställningar undersökningen utgår ifrån. Frågeställningarna vi vill svara på är: Hur såg socionomstudenternas inställning till och uppfattning om sociala företag, respektive inställning till och uppfattning om dess deltagare ut innan studiebesök? Samt: Har socionomstudenternas inställning till och uppfattning om sociala företag, respektive inställning till och uppfattning om dess deltagare förändrats efter studiebesök? Intervjuerna analyserades genom innehållsanalys och gav oss då möjlighet att tolka materialet utifrån de kategorier vi fann.

| Huvudkategori | Underkategori |
|--|-----------------------------------|
| Förutfattade meningar | Bestämd uppfattning om deltagarna |
| | Osäkerhet kring deltagarna |
| Förändring av förutfattade meningar | Deltagarna är som vem som helst |
| | Deltagarnas mångfald |
| Uppfattning om sociala företag innan studiebesök | Termens innebörd otydlig |
| | Sociala företags syfte otydligt |
| Uppfattning om sociala företag efter studiebesök | Termens innebörd otydlig |
| | Sociala företag är mångsidiga |

Kategoriindelningen gav oss sedan möjlighet att följa den förändring, om det nu inträffade en förändring, som skedde med respondenternas inställning till och uppfattning om sociala företag och dess deltagare. Kategorierna tillät även att frågeställningarna besvarades på ett naturligt sätt, eftersom de visar hur det såg ut innan samt hur det såg ut efter studiebesöket. Respondenterna gav även ganska enhetliga svar, varför kategorierna växte fram och kunde tillämpas på ett naturligt sätt. Dessa kategorier kommer nu att förstås genom tillämpning av vald teori och genom tillämpning av citat från intervjuerna.

6.1 Sociala företags syfte och innebörd otydliga

När det gäller kategorin *uppfattning om sociala företag innan studiebesök*, så framkommer det att alla respondenter är osäkra kring termen sociala företag och vad dessa företag har för syfte. Innan studiebesöken har de fått en del information om vart de ska och varför. Dock blir det tydligt när vi ställer frågan om vad de visste om sociala företag innan besöket att de har en väldigt vag bild av vad termen innebär och vad det är för sorts företag.

Robin: Men jag har ju ingen uppfattning om hur det går till eller hur man kommer dit. Så jag visste egentligen ingenting.

Detta citat gällande uppfattningen om sociala företag innan studiebesöket väljer vi att analysera med stöd av Blumers (1969:2) grundregler. Enligt Blumer agerar människor gentemot olika ting, i det här fallet sociala företag som abstrakt ting, baserat på den mening de har för dem. Vi argumenterar för att anledningen till studenternas osäkerhet kring termen socialt företag och dess innebörd handlar om att termen inte har någon mening för dem. De har inte stött på sociala företag innan och har därför inte tillskrivit detta ting någon mening. Det krävs en interaktion, ett möte, för att skapa en innebörd i termen sociala företag.

Vi utgår från den innebörd som olika ting har för oss när vi interagerar med andra. Efterhand förändras vårt sätt att identifiera andra, både konkreta ting, som till exempel människor, och abstrakta ting som till exempel organisationer. Den här identifieringsprocessen gör att efter det första intrycket eller uppfattningen anpassas interaktionen för att ge en mer konkret bild av vad eller vem vi interagerar med (Boglund, Lundén & Näsman, 1974:60–61). Vi menar därför, med stöd av vårt teorival, att studenternas uppfattning om sociala företag som begrepp innan studiebesöket beror på att de befinner sig i början av identifieringsfasen. Alltså att deras uppfattning utgår från en tidig stereotyp bild av vad ett socialt företag kan tänkas vara (ibid). Studenterna har fått en övergripande kort information om var de ska göra sitt studiebesök och skapat en bild av det de tror att det är. Sohlberg (2014:101) skriver om interaktion från en given utgångspunkt, alltså att man har en bestämd uppfattning om hur en social relation och interaktion ska se ut. Vi menar att studenterna saknar denna givna utgångspunkt eftersom de inte vet riktigt vad det sociala företaget är.

6.2 Uppfattning om sociala företag efter studiebesöket

Enligt symbolisk interaktionism sker en identifieringsprocess under interaktionen med andra. Alltså borde studenterna börja få en annan, mer konkret bild efter studiebesöket då den första stereotypa bilden fylls ut med mer information (Boglund et al., 1974:60–61). Ett citat från intervjun med Kim får illustrera studenternas begynnande förändring av uppfattningen:

Jag har inte greppat det riktigt. Men jag skulle förklara det som att det är ett ideellt företag som hjälper människor i utsatta situationer som mår dåligt eller har en funktionsnedsättning kanske.

Detta citat menar vi visar på att de börjar ändra sin tidigare bild; att de är inbegripna i en identifieringsprocess som startades innan studiebesöket. Vi menar utifrån vår analys att de börjar skapa en mening i termen sociala företag. De hanterar och ändrar den information som mottagits under besöket. Detta är en process där individen tolkar de intryck hen fått, för att skapa en mening i termen sociala företag (Blumer, 1969:2).

Innan studiebesöken visste respondenterna inte vad sociala företag var. Deras uppfattning var relativt vag. I vårt syfte och i frågeställningen ville vi veta om uppfattningen var annorlunda före och efter studiebesöket. Följande citat från intervjun med Alva visar hens uppfattning efter studiebesöket:

[...] för nu ser jag ju sociala företag som, alltså som något mycket större. Jag har fått reda på vad många av de här, eftersom jag var ansvarig typ för gruppen, så fick jag reda på vad många av de här olika ställena, vad man sysslade med, och det har jag inte vetat innan. Så att det... Ja. Det hade jag ju inte vetat heller om jag, så visst, man lär sig en del. Så är det ju, man lär sig av allt det man gör.

Här menar vi att studenterna genom en interaktion utan given utgångspunkt har skapat en social relation (Sohlberg, 2014:101). De har nu lagt en innebörd och mening i termen sociala företag. Från att ha en ytlig uppfattning om vad ett socialt företag är ändras innebörden efter studiebesöket. Om en första bild av något ändras under interaktionen, eftersom den information man fått går emot det första intrycket, kallas det icke-institutionaliserad interaktion. Ändras inte bilden så kallas det institutionaliserad interaktion, (Boglund et al., 1974:61) vilket vi inte anser har skett i studenternas möte med de sociala företagen. Trots att vi menar att det tydligt märks av en förändring i deras uppfattning om sociala företag verkar studenterna fortfarande vara osäkra på vad termen socialt företag egentligen innebär. Även detta exemplifierar vi med ett citat från Alva:

Nä, inte riktigt för jag känner att jag behöver fortfarande liksom fundera lite mer på det och liksom bearbeta, smälta det, innan jag kan säga att det här är det. Innan jag uttalar mig helt hundra procent säker typ.

Deras uppfattning om vad ett socialt innebär har förändrats, även om de inte verkar kunna uttala sig om vad det egentligen betyder. Detta menar vi är tecken för att interaktionen både har skapat och förändrat meningen för tinget, precis enligt Blumers (1969:2) grundregler. Att de inte helt kan säga vad ett socialt företag är betyder inte att deras inställning och uppfattning inte har förändrats från den ursprungliga.

6.3 Deltagarnas mångfald

De tre respondenterna visade alla tre tecken på att de innan studiebesöket hade en ganska klar bild av vem som var deltagare i ett socialt företag och hur de hade hamnat där.

Alva: Mina förutfattade meningar om långtidsarbetslösa? [...] Ganska hemska, får jag säga det själv. Ovilliga till arbete.

Alla tre tycktes ha olika bilder av deltagarna, även om de hade en bestämd uppfattning om vem som var deltagare enligt dem själva. Man kan tänka sig att respondenterna handlade gentemot deltagarna efter den mening de hade för dem. I Alvas fall rörde det sig om att hon var av uppfattningen att en deltagare är långtidsarbetslös och där med ovillig till arbete. Hens inställning påverkades av den förutfattade mening hen tillskrivit deltagaren. Hur den förutfattade meningen ser ut beror på hur respondenterna socialiserats av sin omgivning (Blumer, 1969:2). I och med att alla respondenter hade skiljande uppfattningar om deltagarna innan studiebesöket är det rimligt att anta att deras respektive socialisationsprocess har sett annorlunda ut. Med andra ord tillskrev de deltagarna olika mening på grund av att de inte gick in med samma förförståelse. Enligt Blumer (1969) kommer förförståelsen att ändras allt eftersom man interagerar med varandra. Något som vi menar att man kan se i de intervjuades svar är att den bestämda uppfattning de först hade var något fast och odelad, vilket Alvas citat tidigare visat. Efter hand kan man märka en förändring i hur respondenterna benämner deltagarna. Detta får ett citat från intervjun med Robin visa, när hen svarade på frågan om vem hen tänkte var deltagare efter att ha mött dem:

Väldigt blandade kategorier av människor. Det är ju både kvinnor och män, unga kvinnor, äldre kvinnor, både blandade åldrar och blandade... [...] Så det är nog många anledningar till att man kommer dit. Och det är väl, det är inte en typ av person liksom.

Deltagarna blir nu beskrivna som mer komplexa av studenterna. Vi tycks märka att deltagarnas mångfald läggs märke till och att studenterna har övergivit den relativt stereotypa och platta bild de hade av deltagarna innan studiebesöket. Den mening respondenterna tillskrev deltagarna har alltså förändrats. Vi argumenterar för att Blumers (1969:2) tre grundregler för den symboliska interaktionismen syns väldigt tydligt i detta fall. De har en förutfattad mening om deltagarna, vilka skiljer sig från varandra, som förändras i interaktionen.

6.4 Deltagarna är som vem som helst

Inför studiebesöket hade respondenterna alltså en ganska klar bild av hur och vem deltagarna de skulle möta var. Eftersom de hade en bild av vem deltagaren är handlar de efter deras förutbestämda bild av deltagaren. Sohlberg (2014:101) skriver om hur människan agerar utifrån en bestämd social relation när man tror sig veta hur interaktionen kommer att se ut och vem människan man möter är. I detta fall var det socionomstudenter som skulle möta deltagare som de hade en bestämd uppfattning om. Interaktionen utgick från en redan bestämd position, där den framtida socialarbetaren möter en potentiell klient. Vi menar att när deras uppfattning inte visade sig stämma helt, blev de istället osäkra på vem deltagaren egentligen var och hur man skulle hantera det. Detta illustreras av ett citat ur intervjun med Kim:

Jag fick reda på att det skulle vara kvinnor med bakgrund med kriminalitet och missbruk, så jag var lite... jag har ingen erfarenhet av det, varken privat eller inom arbetet. Men jag visste ju bara inte, jag var lite osäker på hur jag skulle bemöta dem, hur de skulle vara.

De får istället identifiera deltagaren efter den interaktion som sker i mötet mellan dem. Detta kan tänkas innebära att den förutfattade mening de tidigare haft förändras allt eftersom de interagerar med deltagarna. I detta fall skulle man kunna tänka sig att interaktionen lett till att respondenternas bild av deltagarna har förändrats. Att situationen ändrades från tämligen klar till osäker kan betyda att en ny bild var tvungen att utvecklas. Den nya bilden av deltagaren bygger därför på vad som sker i mötet mellan studenten och deltagaren. Detta resonerar vi gav studenterna möjlighet att

omformulera de förutfattade meningar de hade till nya uppfattningar som de själva skapade i mötet. Interaktionen är en process som börjar med en stereotyp bild av någon och sedan utvecklas till att få en enhetlig uppfattning av hela individens identitet. Interaktionen anpassas allt eftersom förändringarna sker, vilket innebär att både interaktionens form och uppfattningen om den andre är föränderliga processer (Boglund et al., 1974:60-61). I och med att studenterna och deltagarna interagerar får de chansen att föreställa sig den andres situation och upplevelser. Detta rolltagande är en naturlig del i en fungerande interaktion. När man tar någon annans roll ökar det den medkänsla man har för varandra (Trost & Levin 2010:77). Att studenterna har gått igenom detta rolltagande exemplifieras här med ett citat från Robin:

Alltså, ja, jag tänker väl att det är vem som helst som kan vara personen som är där. [...] Det är ju ingen, det kan ju hända vem som helst. Och ja, jag vet inte, det är ju inte så att jag har tänkt så innan, ”ja vem som helst kan hamna på ett socialt företag”, det har jag inte tänkt innan, så det är väl skillnaden. Ja, men det kan ju vara min mamma eller pappa eller min mormor eller min kusin liksom. Eller jag.

Vi tolkar det som att interagerandet har fått studenterna att inte längre kategorisera in deltagarna i en bestämd kategori. Deltagarna kan nu vara precis vem som helst istället för att vara en viss grupp av människor. Eftersom respondenternas bild av deltagarna verkar ha blivit annorlunda efter mötet är det rimligt att anta att förändring skett fortlöpande under identifieringsprocessen med den andre. Då studenterna får ny information av deltagarna som strider mot den bild de hade av dem från början äger en ändring av den bilden rum. Det kan ses som ett exempel på icke-institutionaliserad interaktion som Boglund et al. (1974:66) beskriver, då studenternas bild av deltagarna och situationen inte stämde överens med hur det var i verkligheten. De gick in med olika uppfattning om vem deltagaren var och denna verkar sedan ha utvecklats till en mer öppen och nyanserad inställning.

7. Diskussion

I vår undersökning argumenterar vi för att interaktion mellan olika individer och grupper är nödvändig för att relationer och förståelse ska utvecklas. Även om studenterna kommer få en tydligare uppfattning senare i utbildningen om de olika områden de kan komma att arbeta i så menar vi att vår undersökning visar att interaktion med utsatta grupper redan tidigt i utbildningen kan ge en ökad förståelse för de utsatta grupper av människor som de kommer möta sedan. I vår analys av studenternas uppfattningar före och efter studiebesöken menar vi att vi fått svar på vår frågeställning i undersökningen. Vi anser att vår tolkning av intervjuerna vi utfört, med stöd av symbolisk interaktionism, visar på att det skett en förändring av socionomstudenternas uppfattning och inställning till sociala företag och dess deltagare. Även om studenterna fortfarande inte kan sägas veta helt vad ett socialt företag är, tycks deras uppfattning om det ändå ha utvecklats till en lite större förståelse av dess innebörd. Vad gäller synen på deltagarna menar vi att det märkbart skett en förändring från deras bild innan mötet och deras bild efter mötet. Trots att dessa bilder skiljde sig mellan respondenterna upplever vi det tydligt att alla har gått från en bild till en annan. Därför menar vi att möten mellan olika grupper förändrar de stereotypa bilder de från början har av varandra, precis som både Boglind et al. (1974:60–61) och Corrigan & O'Shaughnessy (2007) också argumenterar för.

I den undersökning vi gjort anser vi att det kommit fram relevanta fakta i det ämne vi valt. Vi menar även att den teori vi valde att analysera materialet utifrån fungerar utmärkt som referensram. Vi argumenterar även för att det resultat vi fick fram i vår analys är korrekt utifrån det perspektiv vi valt att titta på materialet. Med vår studie kan vi visa på att interaktion mellan olika grupper ger ett påvisbart resultat gällande förändringar i attityd och uppfattning före och efter ett möte.

När vi började arbetet med denna uppsats så kom vi ganska fort på vad vi ville undersöka och hur det skulle gå till. Vi var intresserade av vad socionomstudenterna hade för inställning till sociala företag och dess deltagare. Dock stötte vi på svårigheter när vi skulle få tag på någon av nämnda studenter som ville låta sig intervjuas. Det var ganska svårt att hitta någon som ville ställa upp, men efter flera mail och utlovande av

en lott som tack vid deltagande fick vi tag på tre respondenter. Dessa tre ska ha stort tack för att de ställde upp och gjorde vår undersökning möjlig på det sätt vi hade tänkt.

7.1 Framtida forskning

I vår mening är det av relevans att fortsätta utveckla vad möten mellan (framtida) yrkesmänniskor och klienter utanför en institutionaliserad kontext har för mervärde för båda grupperna. Att minska skillnaden mellan dem är något som vi är övertygade är gynnsamt för alla parter. Att undersöka deltagares och klienters uppfattningar och inställningar till socionomer och socionomstudenter och dess respektive verkningsplats är därför av vikt.

Något som var ett tydligt återkommande tema i alla tre respondenters intervjuer är tid. Det nämns i flera olika sammanhang, men de två mest påtagliga var hur studiebesöken tog värdefull tid från deras skolarbete och därmed utgjorde ett stressmoment, samt hur de samtidigt önskade att de hade haft mer tid på studiebesöken för att kunna lära sig mer om fältet och deltagarna. Det kan därför vara relevant att på något sätt undersöka hur faktorn tid påverkar förändringsprocessen av uppfattningar och inställningar. Detta är intressant både för att se hur stress utifrån kan påverka inställningen och interaktionen, men även för att se hur tiden i mötet påverkar utgången. Spagnolo et al. (2008:191-192) menar även dem att forskningen om hur längre möten och vad möten ger långsiktigt är bristfällig, men att det vore högst relevant att veta för att fortsätta utveckla mötesplatser mellan stigmatiserade grupper och andra grupper. Det skulle också vara intressant att fokusera på de sociala företagens sociala kontext, istället för den organisatoriska och ekonomiska som idag är de områden där sociala företag främst har belysts.

Referenser

- Blumer, Herbert (1969) *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc.
- Boglund, Anders, Lundén, Ann & Näsman, Elisabet (1974) *Jag; Den Andre – spelet om dej och mej och dom utstötta. En presentation av symbolisk interaktionism och stämplingsteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Burnard, Philip (1991) "A method of analysing interview transcripts in qualitative research". *Nurse Education Today*, 11 (6) s. 461-466.
- Corrigan, Patrick W. & O'Shaughnessy, John R. (2007) "Changing mental illness stigma as it exists in the real world". *Australian Psychologist*, 42 (2) s. 90-97.
- Doyle Corner, Patricia & Ho, Marcus (2010) "How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (4) s. 635-659.
- Fangen, Katrine (2005) *Deltagande observation*. Malmö: Liber.
- Jacobsen, Dag Ingvar (2012) *Förståelse, beskrivning och förklaring: Introduktion till samhällsvetenskaplig metod för hälsovård och socialt arbete*. Lund: Studentlitteratur.
- Santos, Filipe M. (2012) "A Positive Theory of Social Entrepreneurship". *Journal of Business Ethics*, 111 (3) s. 335-351.
- Scheff, Thomas J. & Starrin, Bengt (2013) "Ett emotionssociologiskt perspektiv på sociala problem: skam och utsatthet". I Anna Meeuwisse & Hans Swärd, (red.): *Perspektiv på sociala problem*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Sohlberg, Peter (2014) "Om interaktion och socialitet" I Sam Larsson & Peter Sohlberg, (red.): *Socialpsykologi för socialt arbete*. Lund: Studentlitteratur.
- Sofisam (2015) "Vad är sociala företag? Definition" (elektronisk) *Sofisam – om arbetsintegrerande socialt företagande* <<http://www.sofisam.se/vad-ar-sociala-foretag/definition.html>> (2015-12-16)
- Spagnolo, Amy B., Murphy, Ann A. & Librera, Lue Ann (2008) "Reducing Stigma by Meeting and Learning from People with Mental Illness". *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 31 (3) s. 186-193.
- Sullivan, Elizabeth (1999) "The assessment of social work students' attitudes". *Social Work Education*, 18 (3) s. 311-321.
- Trost, Jan & Levin, Irene (2010) *Att förstå vardagen: med ett symbolisk interaktionistiskt perspektiv*. Lund: Studentlitteratur.

Vetenskapsrådet. *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning.*

Bilaga 1 – intervjuguide

- Informera om syfte osv, ge samtyckesblankett och tacka för att vi får intervjua.
- Har du några frågor innan vi börjar intervjun?
- När du fick höra om att ni skulle göra ett utbyte med sociala företag, vad tänkte du då?
- Vad visste du sedan tidigare om sociala företag?
- Vem tänkte du var deltagare på ett socialt företag?
- Hur såg du på deltagarna?
- Hur var det att möta deltagarna?
- Efter att ha varit ute en hel dag på studiebesöket, vad tänker du nu om sociala företag?
- Efter att ha varit ute en hel dag på studiebesöket, vem tänker du är deltagare där nu?
- Hur ser du på deltagarna nu?
- Kan du själv märka av någon förändring i hur du uppfattar deltagarna efter att ha mött dem?
- Tror du att din uppfattning om deltagarna och sociala företag hade sett annorlunda ut om du inte hade varit på studiebesök?
- Har du något du vill lägga till?
- Tack för att vi fick intervjua dig!

Bilaga 2 – Informationsblad

Socionomstudenters inställning till och uppfattning om sociala företag och dess deltagare – B-uppsats

INFORMATIONSBLAD

Hej!

Anledningen till att du får detta informationsblad är att du deltar i ett projekt där socionomstudenter och deltagare i sociala företag träffas och utbyter erfarenheter med varandra. Vi skriver en B-uppsats på socionomprogrammets tredje termin vid Göteborgs Universitet, där vi ställer oss frågan om huruvida socionomstudenters inställning till sociala företag och dess deltagare har förändrats efter att ha varit ute på studiebesök hos dem. Vårt arbete är oberoende till projektet.

För att kunna genomföra denna studie behöver vi intervjua cirka fem studenter om deras uppfattning om sociala företag och dess deltagare före och efter studiebesöken. *Vi undrar därför om du skulle kunna tänka dig att ställa upp på en intervju?*

Intervjun sker under vecka 49 och beräknas ta cirka en timme att genomföra. Du själv är med och får önska en tid som passar dig bäst. Vi bokar ett grupprum på universitet för att vi ska kunna genomföra intervjun i lugn och ro.

Vi som utför studien heter Josefin Karlsson och Ann-Sofie Greneheim och våra kontaktuppgifter finns längst ner på sidan. Om du bestämmer dig för att delta i studien så kommer du få skriva på en samtyckesblankett där du samtycker till att intervjun används i vår studie. Alla uppgifter är konfidentiella, inga namn eller andra personuppgifter kommer användas i uppsatsen. Deltagandet är helt frivilligt och du kan när som helst ångra din medverkan, även om samtyckesblanketten är påskriven.

Intervjumaterialet kommer efter uppsatsens sammanställande och betygssättning att förstöras.

Om du väljer att delta får du en trisslott som tack för din medverkan.

Handledaren till vår uppsats heter Ann-Charlott Timander och arbetar vid Institutionen för Socialt Arbete här vid Göteborgs Universitet. Om du har några frågor eller synpunkter kan du kontakta henne på ann-charlott.timander@socwork.gu.se.

Hör av dig till någon av oss så snart som möjligt om du kan tänka dig att delta.

Josefin Karlsson

Tel: xxxxxxxxxx

Mail: josefinannakarlsson@gmail.com

Ann-Sofie Greneheim

Tel: xxxxxxxxxx

Mail: bastlunda3@hotmail.se