

## Samandrag

I denne masteroppgåva kan ein lese meir om forskingsprosjektet mitt rundt temaet «kommunikasjon på arbeidsstaden». I oppgåva har eg søkt å svare på problemstillinga:

*«Korleis opplev du kommunikasjonen på arbeidsstaden din?»*

For å svare på problemstillinga har eg nytta ein Q-metodisk forskingsmetode, som blir presentert i sin heilskap i oppgåveteksten. Sjølv forskingsprosjektet mitt har blitt gjennomført i ein skuleorganisasjon i ei fylkeskommune i Noreg. Deltakarane har deltatt i forskinga gjennom å sortere utsegn rundt temaet kommunikasjon på arbeidsstaden. Utsegnene ble sortert ut frå kva grad deltakaren opplevde det likt, nøytralt eller ulikt seg sjølv. Sjølv utsegnene har blitt utforma gjennom teori om kommunikasjonsstil, reaksjon og drivkraft, og blitt tilpassa deltakarane sitt kommunikasjonsunivers. Det har vore totalt 15 deltakara som har deltatt i undersøkinga. Gjennom analyse av datamaterialet, har eg funne fram til ei trefaktorløysing som syner tre forskjellige syn på korleis deltakarane opplever kommunikasjonen på arbeidsstaden. Faktor 1 vert omtalt som den trygge og opne, faktor 2 som den likegyldige og konkrete og faktor 3 som den nyskapande og sosiale. Avslutningsvis har eg sett på korleis analysen av dei tre faktorane kan vere av tyding for den enkelte, samt for verksemda.

## **Abstract**

In this masters thesis you can read more about my scientific project on the subject «communication at work». In the thesis I have tried to answer this question:

*“How do you experience communication at work?”*

I have used the scientific method Q methodology to answer the question. Q methodology as a method is also presented in more detail in the thesis. My scientific work has been done in a school organization in Norway. The participants have contributed in the project through sorting different statements about the subject “communication at work”. The participants have been asked if they agree, disagree or are neutral to the statements.. The statements have been shaped through theory about communication style, reaction and motive power, and have been adapted to the participant’s communicational universe. There have been 15 participants in the project. Through this the analysis of the information I got, I found a solution with three factors that showed me three different experiences of communication at work. Factor 1 is the safe and open, factor 2 is the likewise and concrete and factor 3 is the innovative and social. Finally, I have seen how this analysis of the three factors can be important for the individual, and for the whole company.

## **Forord**

Etter sju lange år på NTNU Dragvoll, sit eg att med mykje kunnskap, gode vener og eit førebels punktum for min høgare utdanning. At eg skulle ende opp med å ta mastergrad, og det i rådgjeving, har ikkje heile vegen vore like sjølvstøtt. Rådgjeving er noko som alltid har vore i bakhovudet mitt, men som ikkje kom fram for fullt før eg fekk jobb som lærar og rådgjevar ved Åfjord vidaregåande skule. For å kunne vere rådgjevar måtte eg ha minst 60 studiepoeng innan rådgjevingsfaget. Dette skulle vise seg å vere ein inngangsport til eit studie som har vore midt i blinken for meg, og eg har fått moglegheit til å utvikle meg både personleg og fagleg gjennom studiet. I tillegg har eg blitt kjend med ein fantastisk gjeng som eg har studert saman med, for ikkje å gløyme forelesarane mine i rådgjeving som har vore faglig dyktig, og hatt ei unik evne til å sjå den enkelte. For meg har dette studiet vore noko heilt spesielt, så det er med ein liten bismak at eg avsluttar det no med å levere sjølv masteroppgåva. Før eg bestemte meg for å ta ei mastergrad, tenkte eg at eg ikkje kunne klare det, fordi det var så stort. Etter å ha starta på sjølv masterprogrammet har eg funne ut at eg er mi eiga avgrensing, og at eg så absolutt klarar å skrive ei masteroppgåve, som eg i tillegg har kosa meg veldig mykje med. Sjølv masteroppgåva har eg ikkje hatt nokon vonde tankar om under sjølv skriveprosessen. Eg har vald å skrive om eit tema som interesserar meg både på det personlege og profesjonelle plan, noko eg trur har vore gull verdt med tanke på kor mange timar eg har arbeida med den. Resultatet kan eg ikkje ta full ære av aleine, utan å takke dei som har stilt opp for meg. Fyrst og fremst må eg takke vegleiaren min, Ragnvald Kvalsund, for inspirasjon og konstruktive tilbakemeldingar. Eg vil også takke Marit Valberg for litteraturtips, boklån og tilbakemelding på oppgåva mi. Takk til fotograf Therese Dahl Eide, og modellane Bjørg G. Dahl og Linda Kristin Dahl Eide, for illustrasjon til framsida av oppgåva. Sist, men ikkje minst, takk til min kjære sambuar Gaute Jensen Gjendal, for koking av te, nyttige tilbakemeldingar og støtte under heile skriveprosessen. Utan alle dokke hadde det ikkje vore like fornøyeleg å setje punktum.

Trondheim 06.05.2013

Monica Dahl Eide

## **Innholdsliste**

Samandrag	s. i
Abstract	s. ii
Forord	s. iii
<b>Kapittel 1 – Innleiing</b>	s.1
<b>Kapittel 2 – Teori</b>	s.2
2.1 LIFO®-teorien	s.2
2.1.1 Supporting giving (SG)	s.4
2.1.2. Controlling taking (CT)	s.4
2.1.3. Conserving holding (CH)	s.5
2.1.4. Adapting dealing (AD)	s.6
2.2 Kommunikasjonsstil og leiarstil	s.7
2.3 Er du i eller utanfor boksen?	s.8
2.4 Drivkrafta bak kommunikasjon	s.10
2.5 Frå teori til praksis	s.11
<b>Kapittel 3 – Metode</b>	s.12
3.1 Avgjersle av forskingsmetode	s.12
3.2. Ein Q-metodisk forskingsprosess	s.14
3.2.1 Presentasjon av design	s.15
3.2.2 P-settet	s.17
3.2.3 Utvikling av Q-utval	s.18
3.2.4 Instruksjonsvilkår	s.19
3.2.5 Q-sortering	s.19
3.2.6 Faktor og faktoranalyse	s.20
3.3 Reliabilitet	s.21
3.4 Ethiske aspekt kring forskinga og forskarrolla	s.22
<b>Kapittel 4 – Presentasjon av funn</b>	s.23
4.1 Framgangsmåte	s.23
4.2. Presentasjon av trefaktorløysinga	s.25
4.3 Faktorfortolking – analyse av sjølvve faktorane	s.26
4.3.1 Analyse av faktor 1	s.27
4.3.2 Analyse av faktor 2	s.34
4.3.3 Analyse av faktor 3	s.38
4.4 Fellestrekk og skilnader ved faktorane	s.43

<b>Kapittel 5 – Drøfting av faktorane i lys av teori</b>	s.46
5.1 Faktor 1 – Den trygge og opne	s.47
5.2 Faktor 2 – Den likegyldige og konkrete	s.49
5.3 Faktor 3 – Den nyskapande og sosiale	s.51
5.4 Kva har dette å seie for verksemda?	s.53
<b>Kapittel 6 – Oppsummerande refleksjon</b>	s.54
Kjeldeliste	s. I
Skriftlege	s. I
Internett	s. II
Liste over vedlegg	s. III
Vedlegg 1 – Q-utval	s. IV
Vedlegg 2 – Instruksjonsvilkår	s. VI
Vedlegg 3 – Godkjenning frå NSD	s. VII
Vedlegg 4 – Avtale mellom forskar og deltakarar	s. VIII
Vedlegg 5 – Oversikt over faktorane i eiga matrise	s. IX
Vedlegg 6 – Utrekning av eigenverdiar og forklarande varians	s. X
Vedlegg 7 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 1	s. XI
Vedlegg 8 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 2	s. XII
Vedlegg 9 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 3	s. XIV

## **Kapittel 1 - Innleiing**

I masteroppgåva mi skal eg sjå nærare på fenomenet «kommunikasjon på arbeidsstaden». Kommunikasjon er eit sentralt tema innan rådgjeving, og det er noko eg både har lært mykje om og arbeida mykje med. Eg er fasinert over kor lett det er å ty til egne tolkingar, både ved verbal og non-verbal kommunikasjon. Om ein tek egne tolkingar med seg vidare som sanningar, utan å sjekke ut om dei faktisk er det, kan dette verke inn på korleis kommunikasjonen mellom to eller fleire individ blir over tid. Eg har også observert kor lett det kan vere å misforstå andre, og kor skadeleg dette kan vere både for den enkelte, samt heile verksemda om det stadig er misforståingar ein ikkje får klåra opp. Konflikt mellom medarbeidarar der konflikten ikkje er konstruktiv, er også noko eg tykkjer er særst interessant.

Motivasjonen min for å arbeide med kommunikasjon på arbeidsstaden er fleirdelt. På den eine sida ynskjer eg å fordjupe meg i fenomenet kommunikasjon for å kunne bli meir bevisst og betre til å kommunisere sjølv. På ei anna side ynskjer eg å kunne bruke meg sjølv aktivt for å skape bevisstheit, der eg håpar på å legge til rette for bevisstheit rundt kommunikasjon på personnivå, men også på organisasjonsnivå. Etter egne observasjonar har eg sett ein del eksempel på både feiltolkingar, misforståingar og konflikt som ikkje er konstruktiv i kommunikasjonsuniverset ved ein arbeidsstad. Eg håpar difor at masteroppgåva mi kan bidra til bevisstheit rundt, samt ynskje om, eit vidare arbeid innan kommunikasjon. Berre det at ein kan setje seg ned å reflektere rundt korleis ein sjølv opplev kommunikasjonen ved arbeidsstaden, kan mogleg opne for bevisstheit rundt eigen kommunikasjon.

Problemstillinga i masteroppgåva mi lyd som følgjer:

*«Korleis opplev du kommunikasjonen på arbeidsstaden din?»*

I neste kapittel vil eg sjå nærare på den teorien eg vil nytte for å kunne svare på problemstillinga mi ovanfor. Teoriane som eg vil nemne er vald ut både ut frå eigen interesse, men òg ut frå kva aspekt eg trur er med på å påverke kommunikasjon mellom menneske.

## Kapittel 2 - Teori

I dette kapitlet skal eg gjere greie for kva teoriar som ligg til grunn for val av problemstillinga: «*Korleis opplev du kommunikasjonen på arbeidsstaden din?*». Det å kommunisere med andre er noko dei fleste gjer dagleg, men kvaliteten på kommunikasjonen, og kor god ein er på å kommunisere kan variera. Misforståingar og gjettingar kan fort oppstå, og det er ikkje alltid ein sjølv merkar når det skjer. Ein skulle tru at ein blir betre og betre til å kommunisere til eldre ein blir, men det treng ikkje vere sjølv sagt. Kjerneteoriane om kva som påverkar kommunikasjon i oppgåva mi er kommunikasjonsstilar, korleis ein reagerer i møte med andre og drivkrafta bak kommunikasjon. Eg vil også ha med ein del der eg ser på teorien i eit metaperspektiv, der teori vert knytt opp mot praksis.

### 2.1 LIFO®-teorien

LIFO®-teorien er ein teori som har blitt utvikla av Allan Katcher og Stuart Atkins. Røtene til teorien kjem frå ulike teoritradisjonar som til dømes Freud, Rogers, Lewin, Fromm og Maslow (Kvalsund og Meyer, 2005). Ein kan i følge Stuart Atkins (2006) hevde at LIFO®-teorien har sitt opphav frå mellom anna Freud. Det er Freud sine tankar om psykoseksuell utvikling og personkarakteristikk som har danna hovudgrunnlaget til skildringa av oppførselen til menneske i LIFO®-teorien. Ein kan sjå at frå Carl Rogers teoriar er tankane om sjølvaksept og kongruens nytta, med tanke på føresetnadar for å ha kontroll over seg sjølv og vere heil, både til vanleg og under endring. Vidare kan ein sjå at frå Fromm er det tankane om korleis styrkene kan vere produktiv og ikkje produktiv som har vore sentrale. Ducker sine tankar om strategisk bruk av menneskelege ressursar i organisasjonar, og vegleiing for å oppnå eit betre og meir fruktbar samspel, vert også tatt med. Livsorienteringane i LIFO®-teorien blir sett på som noko ein får og vel etter barndommen, og ikkje personkarakteristikkar som er fastsette. Gjennom LIFO®-teorien kan ein altså identifisere livsorienteringa til menneske, men også hjå par og grupper. Målet med å kunne identifisere kva livsorientering ein har, er mellom anna for å kunne skape vissleik, samt få moglegheit til å kunne nytte egne styrker på best mogleg måte (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Livsorienteringa er delt inn i fire stilar: Supporting giving (SG), controlling taking (CT), conserving holding (CH) og adapting dealing (AD). Desse stilane representera fire ulike

måtar å sjå verda på, og i denne samanheng fire ulike måtar å kommunisere med andre på. Det er ingen av desse stilane som er betre enn dei andre. Det er heller ikkje slik at ein person berre nyttar seg av éin stil. Som person kan ein nytte ein kombinasjon av fleire når ein kommuniserer, og kva ein nyttar kan variere ved medgang og motgang. Det er i denne samanheng viktig å presisere at i følgje teorien har alle menneskje moglegheit til å nytte alle dei fire kommunikasjonsstilane, men av ulike årsaker vel ein å nytte seg av éin eller fleire ved ulike høve. Årsaker til dette kan til dømes vere fordi ein har ein stil ein er vand med å bruke. Ein kan også ha sett seg sjølv i ein bås der ein tenkjer at «slik er eg berre». Det kan vere lett å setje avgrensingar for seg sjølv. Gjennom å bli viss på eigne styrker kan ein prøve ut nye sider, og fri seg frå den sjølvskapte båsen. Dette er i tråd med Carl Rogers sitt klientorienterte perspektiv og terapiteori. Gjennom å realisere seg sjølv og endre oppførselen, kan ein plassere både ansvaret og kontrollen for endring og vekst i hendene på klienten sjølv. Ein har altså ansvar sjølv for eiga åtferd, og det er ein sjølv som kan bestemme om ein ynskjer å endre åtferda si for å bli betre til å kommunisere (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

LIFO®-teorien opnar opp for at ein kan bli kjend med korleis kommunikasjonsstilane kan verke negativt inn når ein kommuniserer med andre, ved at ein enten overdriv eller underdriv styrken sin. Tanken om at alle har tilgang til dei fire kommunikasjonsstilane, enten ved å bruke dei på ein produktiv måte, eller ved å overdrive eller underdrive dei, kan knytast opp til eit rogeriansk tankesett. I eit rogeriansk tankesett er fokuset positivt retta mot menneskje og deira styrker, og gjennom LIFO®-teorien ser ein at fokuset er på nettopp styrkene til kvar enkelt og korleis ein kan bruke styrkene sine best mogleg til å kommunisere med andre menneske. Det er likevel ikkje til å unngå at dei aller fleste har enkelte stilar ein føretrekk meir enn andre. Om ein går djupt inn i kvar enkelt stil, vil ein mest sannsynleg merke kva stil som appellerer mest til ein. Med andre ord vil eigne preferansar farge og vurdere truverdigheita til dei ulike stilane. Sjølv om ein har ein eigen livsorientering, vil det altså vere viktig å kunne forstå andre livsorienteringar for å kunne få eit godt kommunikasjonssamspel (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).



### 2.1.1 Supporting giving (SG)

Supporting giving er den fyrste av dei fire kommunikasjonsstilane innan LIFO®-teorien. Som ein kan sjå ut frå namnet, er denne stilen grunna i stønad og å gje. Ein SG-stil har som grunntanke at om ein syner at ein er verdifull gjennom å arbeide hardt og søkje etter det perfekte, vil gode ting skje. Ein må altså bevise kor verdifull ein er, sidan ingenting kjem av seg sjølv. For å bevise kor verdifull ein er, må ein vere ein person som gjev respons og som er god til å samarbeide med andre. Ein følgjer eigne prinsipp, og gjer det som er rett for både seg sjølv og andre. Dette gjer ein med SG-stil på ein stille og moderat måte. Om noko er verdt å gjere i det heile, vil det i tillegg vere viktig for ein med SG-stil å gjere det bra (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002). Atkins (2006) nyttar eit døme frå utleiefirmaet Avis for å skildre dette: «*Vi er nummer to. Vi prøvar hardare*». Fokuset er ikkje kva andre kan gjere for deg, men kva du kan gjere for andre. For folk som nyttar seg mest av andre stilar, kan ein med SG-stil verke altfor naiv og tillitsfull. Om ein har ei anna livsorientering kan ein altså tenkje at verda ikkje fungerer slik, og at ein slik tankegang vil føre til at ein ikkje kjem seg opp og fram her i livet. Likevel kan ein sjå at dei som har ei slik livsorientering klarar seg heilt fint, og at denne kommunikasjonsstilen ikkje er noko hindring for suksess (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

For å summerer kort opp, kan ein med SG-stil kjennast att ved at han eller ho har fokus på kvalitet framfor kvantitet, har relevante målsettingar, klarar å samarbeide med andre, tek omsyn til andre sine behov, gjer det som er riktig og rettferdig, samt har ein visjon om ei betre framtid (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

### 2.1.2. Controlling taking (CT)

Controlling taking er den andre av dei fire kommunikasjonsstilane innan LIFO®-teorien. Denne stilen kan sjåast som ein kontrast til SG-stilen, og kan seiast kort og greitt å vere i tråd med verbet: å handle. Her er grunntanken at om ein oppnår resultat gjennom å vere kompetent og sjå moglegheiter, vil godane kome til syne slik at ein kan gripe dei. Ein kjem altså ikkje langt ved å tru, ein må handle. Fokuset er altså meir resultatsorientert. Ein med CT-stil vil alltid vere klar på kva som vert forventa, og vere tydeleg på kvar han eller ho står. Med andre ord så vil ikkje nokon med CT-stil stå i bakgrunnen og vente på å verte sett pris på. Fokuset vil heller vere å gjere jobben bra, strekke seg etter stjernene og gripe dei sigrane ein kan få.

Om ein har ei anna livsorientering kan ein kanskje fort tenkje at dette er nokon som er karrierejegerar. Men ser ein nærare etter, kan ein sjå at dei framfor alt er menneskje som søker moglegheiter. Ein treng med andre ord ikkje akte seg for ein med ein slik stil, men heller leggje merke til måten denne personen klarar å utnytte potensial og moglegheiter for å oppnå resultat. Sjølv om nokon gjer dette, er det ikkje einstyddande med at ein gjer dette til ein kvar pris. Det er altså ikkje nok med fine, gode ord. Ein må setje orda ut i livet, og helst så raskt som mogleg (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Kort fortalt kan ein person med CT-stil kjenneteiknast ved at han eller ho får ting starta eller slutta på ein rask måte, tek ansvar for å organisere andre og tek kontroll om det er ein usikker situasjon, ser moglegheiter og kva som skal til for å nytte dei, villig til å vere konfronterande og diskutere for å få sin del, samt takle å stå i ein situasjon som er vanskelig og utfordrande (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

### 2.1.3. Conserving holding (CH)

Conserving holding er den tredje kommunikasjonsstilen innan LIFO®-teorien. Namnet er mogleg meir tydeleg når ein veit kva stilen går ut på, men ein kan sjå CH-stilen i samanheng med å halde eit fast grep. Her er det ikkje viktig å handle raskt, men å tenkje før ein handlar. Grunntanken er altså at om ein tenkjer før ein handlar og gjer det beste ut av det ein har, kan ein byggje opp mengda av fordelar i livet. Vi har fått utdelt ei hjerne, så då må vi passe på at vi nyttar den også. Gjennom å ta seg tid til å kartleggje kva ein allereie har, vil ein kunne få eit godt utgangspunkt som ein kan byggje vidare på. Sjølv om resultat er essensielt, er også nøyaktigheit og det å fullføre noko viktig for ein som nyttar ein CH-stil. Det å setje seg grundig inn i noko, sjå etter ulike alternativ og sjå konsekvensar på førehand er noko av det som er sentralt hjå denne stilen. Her ynskjer ein altså ikkje det uventa velkomen, men søker heller det stabile og forutseiande. For å lukkast må ein med andre ord ta eit steg om gongen. I motsetnad til dei førre stilane vil ikkje ein med CH-stil vente på å få heider, eller krevje heider, men tvert om dyrka si eiga heider. For andre som nyttar mest nokre av dei andre stilane kan ein spørje seg om dei med CH-stil manglar entusiasme og effektivitet, men frå eit CH-perspektiv handlar dette meir om å gjere noko grundig og bra, eit steg om gongen (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Skal ein forklare CH-stilen kort, kan ein seie at det er nokon som tek omsyn til det ein allereie har framfor å søkje etter det nye, gjere ein ting om gongen for å sikre seg at ein dekkjer alle område, tenkjer før ein handlar og undersøker alle fakta, vektar fordelar og ulemper, tek høgde for konsekvensar, samt held seg roleg om situasjonen skulle eskalere (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

#### 2.1.4. Adapting dealing (AD)

Adapting dealing er den fjerde og siste av dei fire kommunikasjonsstilane innan LIFO®-teorien. Som namnet seier, gjeng AD-stilen ut på å tilpasse handlingane. Her er grunntanken å kunne tilfredstille og oppfylle andre sine behov først, for så å få det ein sjølv ynskjer og har behov for. Om ein finn ut kva andre tenkjer og føler, og hjelper dei med å få dette, kan ein sjølv få det ein ynskjer i andre omgang. Ein kan altså nå eigne mål ved å hjelpe andre til å nå sine mål først. Ved å lytte og vise omsyn til andre, vil ein opparbeide seg meir informasjon om den ein kommuniserer med. Ved å opparbeide seg slik informasjon, vil ein lettare kunne skape balanse, og unngå likegyldigheit. Ein som har AD-stil vil med andre ord ikkje handle for tidlig, men heller sjå an terrenget og sjekke stemninga først, vere fleksibel, tilpasse seg og passe inn. Den som har ein AD-stil vil fungere som ein fredsmeklar, der det å kome overeins er eit mål i seg sjølv. Ein må gje og ta. Om ein ikkje nyttar denne stilen kan ein sjå for seg at om ein set andre sine behov først heile tida, for så å krevje det ein sjølv ynskjer etterpå, kan ein risikere at ein ikkje får det ein ynskjer tilbake. Dette kan sjølvstykke skje, for det er ikkje alle som held rekneskap over slikt. AD-stilen er kjent for sin styrke i å forhandle, noko som i når den vert overdriven kan resultere i at ein forhandlar seg vekk. Trass i dette har ein med AD-stil som styrkje at ein gjennom å danne kompromiss kan få andre til å oppleve at dei går frå ei konflikt med kjensla av at ein har fått noko ut av det. Alle har vunne, og ein har ingen taparar (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Skal ein skildre ein med AD-stil kort kan ein sei at det er nokon som får andre til å bli interessert i nye idear og som samstundes held liv i gamle idear, tilpassar seg målsettingar og forenkler andre, held seg orientert om andre sine tankar og kjensler, går forsiktig fram og lettar spenningar i seriøse situasjonar, samt syner fleksibilitet og dannar kompromiss som alle kan seie seg fornøgd med (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

## 2.2 Kommunikasjonsstil og leiarstil

Inndelinga i dei fire kommunikasjonsstilane kan ein finne att hjå W.C. Howard (2005), i artikkelen «Leadership: Four styles», der han hevdar at alle ein leiar kommuniserer med har forskjellige måtar å sjå verda på, altså livsorienteringar. For å kunne nå ut til alle må ein ta i bruk ulike leiarstilar. Han definerer leiarskap som ein kommunikasjonsprosess, der ein som leiar må ha kunnskap om og tilgang til fire stilar: Faktaorientert (stil A), kreativitetsorientert (stil B), kjensleorientert (stil C) og kontroll- og maktbasert (stil D). Samanliknar ein desse fire stilane med dei fire kommunikasjonsstilane innan LIFO®-teorien, kan ein sjå klare likskapstrekk. Stil A vert omtala som faktaorientert. Stilen vert i tillegg kjenneteikna som analytisk, logisk retta og har høge kvalitetskrav. Stil A kan ein sjå i samanheng med Atkins sin CH-stil som mellom anna skildrast som faktaorientert. Stil B vert omtala som kreativitetsorientert, fleksibel og fokus på heilskapen. Denne stilen kan ein samanlikne med Atkins sin AD-stil som også er fleksibel, og har evne til å tenkje taktisk for å få dekt heilskapen framfor å ha eit einsretta fokus på eigne målsettingar. Stil C som er kjensleorientert, empatisk og open. Ser ein denne stilen i tråd med Atkins sin SG-stil, ser ein at denne stilen også tek omsyn til andre sine kjensler, er flink til å gje respons og til å samarbeide. Til slutt kan ein sjå på Stil D som er omtalt som kontroll- og maktbasert. Denne stilen tykkjer om å ha kontroll, er strukturert og dominerande. I lys av Atkins sin CT-stil, kan ein sjå mykje likskapar då denne stilen er kjend for å kunne ta kontroll over situasjonen, verke dominerande og være målretta (Howard, 2005).

Sjølv om ein kan finne likskapstrekk til LIFO®-teorien i artikkelen til Howard (2005), er stilane som er skildra langt frå identiske med stilane ein finn i LIFO®-teorien. Tek ein til dømes den siste samanlikninga der eg såg på likskapane mellom stil D og CT-stilen, kan ein både sjå på denne stilen som noko lik, men samstundes også sjå på D-stilen som den som er minst lik CT-stilen. Slik eg ser det er det ein del faktorar innan LIFO®-teorien som gjer at eg vel akkurat denne teorien som hovudteori. Utgangspunktet med at stilane er styrkar som alle har tilgang til, men nyttar på ulike måtar, er noko eg både kan kjenne meg att i og synes er ei form for hovudtyngde i teorien. I tillegg er det om ein overdriv eller underdriv styrkane som skapar komplikasjonar, framfor at det er styrken i seg sjølv som har baksider. I følgje Howard (2005) er det vanskeleg for leiarar å lære seg styrkar som blir sett på som motpolar til den styrken ein har sjølv. Ser ein på LIFO®-teorien er det meir å kome i kontakt med styrkar ein har, men ikkje er vand til å bruke like ofte. Ein kan også ha ein stil ein nyttar i medgang og ein annan i motgang, som viser at ein har tilgang til styrkane sjølv om ein ikkje brukar dei like

mykje i alle situasjonar. Sjølv om ein skårar høgast på ein stil, kan ein likevel bruke dei tre andre stilane i større eller mindre grad (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

### 2.3 Er du i eller utanfor boksen?

Måten ein kommuniserer med andre menneske kan òg bli påverka av korleis ein som person reagerer i møte med andre. I følge David G. Myers (2008), både analyserer og diskuterer menneskje endelaust kvifor ting skjer som dei skjer, spesielt om noko opplevast som negativt eller uventa. Om ein liten gut slår klassekameraten sin, er det guten som har ei dårleg personlegdom, eller er det ein reaksjon på evigvarande erting? Det kan ofte vere lettare å trekkje ei slutning som set den andre i eit negativt lys, framfor å opne opp for at det kan vere noko meir eller anna som ligg bak åtferda. Attribueringsteori omhandlar korleis ein som menneskje årsaksforklarar oppførselen til seg sjølv og den andre. Ein av føregjengarane innan attribueringsteori er Fritz Heider. Han er ein av dei som har gått djupare inn på det psykologiske aspektet rundt sunn fornuft, der folk årsaksforklarar kvardagssituasjonar (Myers, 2008). Ein kan til dømes gjennom plasserande attribuering knyte åtferda til den andre mot personen sitt eige kjensleliv eller eigenskapar. Ein kan også gjennom situasjonsattribusjon knyte den andre sin oppførsel til miljøet og situasjonen. Noko fleire forskarar innan attribusjon har funne som fellesnemnar for korleis ein attribuerar, er at ein ofte undervurdera påverknaden av sjølv situasjonen, og heller overvurdera i kva grad åtferda speglar den andre sine eigenskapar og haldningar (Larsen og Buss, 2008; Myers, 2008).

I følge The Arbinger Institute (2008) kan ein velje å møte andre menneske på to forskjellige måtar. Ein kan velje mellom enten å ha ei fredfull, eller ei fiendtleg tilnærming. I situasjonar kan ein altså på den eine sida velje å sjå på andre menneske som medmenneske med same håp, behov, uroer og frykter som ein sjølv har. På den andre sida kan ein velje å sjå på andre menneske som objekt og tenkje på dei som hindringar. Har ein ei slik haldning tenkjer ein at den ein kommuniserer med medviten prøvar å øydeleggje for seg. Ein blir med ein gong i ein slags forsvarsposisjon, der fokuset blir på å forsvare seg mot den andre. Med dette som utgangspunkt legg ein eit grunnlag for korleis ein sjølv vel å oppføre seg mot den andre. Det ein sjølv kanskje ikkje tenkjer over i ein slik samanheng, er korleis ein vert oppfatta av den andre. Fokus på eins eigen reaksjon når ein kommuniserer med andre er det

som vert omtala som «boks-tenking». Boks-tenkinga kan vere med på å hindre ein sjølv i å sjå andre menneske som menneske, samt høyre og forstå kva dei eigentlig meiner med det dei prøvar å kommunisere. Det kan være vanskeleg å kome ut av boksen om ein først er inne i den. Ein kan heller ikkje forvente at ein klarar å vere ute av boksen for alltid, om ein først har blitt medviten på det. Målet med bevisstgjeringa er å få ein til å vere minst mogleg i boksen, og kunne stoppe seg sjølv i situasjonar der ein kan gjere stor skade for seg sjølv og andre (The Arbinger Institute, 2008).

Den fundamentale attribusjonsfeilen går ut på at eit menneskje kan ha ein tendens til å undervurdere påverknaden av situasjonen, sjølv om ein veit kva som er årsaka til den andre sin åtferd. Med andre ord så vil ein tenkje at den andre har ein haldning til eller meining om eit tema, sjølv om ein sjølv har vore med på å bestemme at den andre skal uttrykkje nettopp denne meininga. Samstundes er mange menneskje uvisse om korleis ein påverkar andre. Om ein får beskjed om å vere moderat i ein situasjon, vil ein sjølv vere veldig bevisst på kvifor ein oppfører seg akkurat slik. I ein arbeidssituasjon der ein sjølv vel å vere moderat vil ein mest sannsynlig påverke kollegaen sin til å vere moderat òg. I ein slik situasjon vil ein altså forstå ganske godt kvifor ein sjølv har vore moderat, medan den andre kollegaen vil ein kanskje tenkje på som ein person med låg sjølvtilitt. Vi tenderar å gå ut frå at andre er det dei gjer. Ser ein til dømes på nokon som har sosial makt, vil ein mest sannsynleg tenkje på dei som tar initiativ til og kontrollerer samtalar. Dette leiar ofte til at dei som kjenner seg underordna overestimerer kunnskapane og intelligensen til dei med sosial makt. Kvifor ein gjer slike attribusjonsfeil kan vere mange årsakar til. Noko av det attribusjonsteoretikarar har peika ut er at ein observera andre frå eit anna perspektiv enn ein observera seg sjølv. I situasjonar der ein sjølv er observatør, vil andre som tar merksemda vår vere årsak til det som skjer. I situasjonar der det er ein sjølv som handlar, vil ein kunne attribuere eigen åtferd i situasjonen ein er i. For å eksemplifisere kan ein spørje seg sjølv om ein generelt er stille, pratsam, eller om det kjem an på situasjonen. Dei aller fleste vil seie at det kjem an på situasjonen. Om ein snur spørsmålet og vil at ein skal beskrive ein ven eller kollega, vil ein mest sannsynleg kome med ei skildring av karakteristiske trekk ved personen uavhengig av situasjon (Myers, 2008). I situasjonar der ein får tilbakemeldingar om seg sjølv, vil nokon skylde nederlag og feil på hendingar som ein ikkje kan kontrollere sjølv, medan ein kan godta ansvaret for suksess (Larsen og Buss, 2008).

## 2.4 Drivkrafta bak kommunikasjon

Kva som er drivkrafta bak kommunikasjonen er også eit interessant aspekt. Går drivkrafta til dei som kommuniserer mot det prediktive perspektivet, eller mot det som ikkje er prediktivt? I følgje Kvalsund og Meyer (2005) kan ein skilje mellom desse drivkraftdimensjonane i ein organisert kommunikasjon. Ein kan altså definere dei som har ei drivkraft mot det prediktive perspektivet som ei gruppe som ynskjer fast struktur, rammer og reglar. Det at organisasjonen kan kontrollerast og ha eit fast mønster er sentralt. Endring kan verke truande og forstyrrende. Det andre perspektivet er gruppa som har ei drivkraft mot det opne og ukjende. Dette perspektivet kan definerast som modig, sidan ein gjennom det som ikkje er prediktivt må kunne takle usikkerheit og forvirring. Ein kan tenkje seg at endringsaspektet blir sett på som meir positivt gjennom dette perspektivet, og at kreativitet og kaos går hand i hand (Kvalsund og Meyer, 2005).

Watzlawick, Weakland og Fisch (2011) problematiserer forholdet mellom det å vere uthalden og vere i endring. I følgje dei har tidlegare teoriar hatt fokus på ein av dei, framfor å sjå begge delane i ein heilskap. Dei hevdar at det å vere uthalden har vore ein naturleg og spontan tilstand som ein nærast tek for gitt, medan endring har vore noko som er knytt til noko som ein må forklare. Ei vanleg misoppfatning om endring er at visst noko er dårleg, er det omvendte bra. Ein kan altså ikkje med sikkerheit velje kontrasten til noko ein opplever som dårleg, og forvente at det med ei sjølvfølgje er bra. Det kan vise seg at det er like dårleg som det andre, berre på ein annan måte. Sjølv om ein kan kome langt ved å halde seg til det logiske og fornuftige, kan ein i mange samanhengar oppleve at det ikkje gjev det resultatet ein hadde venta seg. Nokre gongar kan ein logisk og fornuftig framgangsmåte gjere vondt verre. Ein kan sjå på endringsaspektet på to måtar der den fyrste gjev endring innanfor gitte, logiske rammer, medan det andre endringsaspektet syner endring utanfor rammene. Gjennom denne modellen kan ein sjå at om ein vel å endre noko innanfor rammene på ein roleg og logisk måte, kan ein likevel ende opp med eit resultat som ikkje er noko betre enn utgangspunktet. Resultatet kan til og med opplevast som verre. Om ein går litt utanfor rammene, kan ein sjå nye løysingar som kan verke som ei oppvakning, men sett i den store samanhengen vere like logisk som den førre løysinga. Rammene som er sett er kanskje ikkje så fastesatt som ein fyrst trudde, då det kan hende at det er ein sjølv som har bestemt dei utan å vere heilt klar over det (Watzlawick et al., 2011).

## 2.5 Frå teori til praksis

I oppgåva mi ynskjer eg å kunne ta i bruk teorien eg har nemnt som eit utgangspunkt for å finne svar på problemstillinga mi. Om ein nyttar LIFO®-teorien vil forhåpentlegvis deltakarane kjenne seg att med tanke på kva kommunikasjonsstil dei nyttar sjølve i jobbsamanheng. Eg tenkjer at om ein får fram dei ulike kommunikasjonsstilane, kan dette vere ein inngangsport til å finne ut kva styrke dei ulike deltakarane har. I tillegg kan det vere nyttig å sjå kva kombinasjonar ein finn med tanke på moglege utfordringar ved overdrivingar, underdrivingar og blindsoner hjå dei ulike kommunikasjonsstilane. Kommunikasjonsstilen, om det er éin eller fleire, er i stor grad med på å påverke kommunikasjonen med andre, og vil derfor kunne vere sentral for korleis deltakarane opplev kommunikasjonen på arbeidsstaden. Saman med kommunikasjonsstilane vil reaksjonen i samtalar med andre, enten om det er å sjå på den andre som eit objekt, eller eit subjekt, vere sentralt. Kva som skjer i ein sjølv når ein samtalar med andre vil, slik eg ser det, kunne vere noko som påverkar opplevinga av kommunikasjonen. Under sjølve samtalen vil også drivkrafta bak ha noko å seie. Ynskjer ein fyrst og fremst å ha faste strukturar og rammer, der alt er prediktivt, eller søkjer ein mot det opne og ukjende, som ikkje er prediktivt? Korleis vill opplevinga av kommunikasjonen vere om den eine ynskjer å ha fast struktur, medan den andre heller søkjer det ukjende?

I neste kapittel vil eg sjå nærare på Q-metoden, som er den metoden eg har nytta i forkinga mi. Her vil eg også kome nærare inn på korleis teorien eg har presentert i dette kapittelet vil nyttast under forkinga mi. Kjerneteorien som eg har presentert i dette kapittelet vil også vere sentral i kapittel 5, der eg skal drøfte det eg har funne ut i analysen (kapittel 4) opp mot teori.



## Kapittel 3 - Metode

I dette kapitlet skal eg gjere greie for val av metode med utgangspunkt i problemstillinga mi. I laupet av kapitlet vil ein kunne få innsikt i val som er gjort, og argumentasjonane bak desse vala. Hovudmålet mitt ved val av metode har vore å finne den metoden som i best mogleg grad kan hjelpe meg å svare på problemstillinga eg har danna. Det har også vore ein påverkande faktor at det er ein metode eg tykkjer er interessant i seg sjølv, sidan den skal nyttast i eit så stort arbeid som ei mastergradsoppgåve er. Sjølv om dette har vore ein påverkande faktor, har den på ingen måte vore avgjerande då forskingsmessige omsyn har stått høgast. Sidan eg har vald Q-metode som forskingsmetode for masteroppgåva mi, vil delar av dette kapitlet omhandle forskingsprosessen ved bruk av Q-metode. Dette for å kunne gje lesaren innsikt i korleis framgangsmåten min har vore for å få datainnsamlinga mi, som er grunnlaget for sjølve forskinga. I dette kapitlet vil eg altså i tillegg til utgreiing om avgjersle av metode, presentere korleis ein Q-metodisk forskingsprosess går føre seg, for deretter å presentere eigen forskingsprosess ut frå eit Q-metodisk tankesett. Til slutt vil eg også kommentere reliabilitet rundt ei Q-metodisk forskning, samt nemne etiske aspekt kring forskarrolla.

### 3.1 Avgjersle av forskingsmetode

Når ein skal avgjere forskingsmetode må ein først å fremst ha ei problemstilling ein søker svar på. Når ein har ei problemstilling er det denne som set utgangspunktet for val av forskingsmetode, då ulike forskingsmetodar gjev ulike svar på fenomen. Samstundes vil sjølvstapt ressursar som tid og pengar også setje grenser for kva som er realistisk å få gjennomført (Johannessen, Tufte og Christoffersen, 2010). I tillegg til dette var det for meg viktig å få moglegheita til å studere det subjektive, noko som spela ei sentral rolle då eg skulle velje kva forskingsmetode eg skulle nytte i masteroppgåva mi. Fokuset har ikkje vore på å finne ut kor mange eller kor ofte, men heller korleis. Då eg landa på temaet «*kommunikasjon på arbeidsstaden*», var det altså korleis ein kommuniserer, framfor til dømes kor mange som kommuniserer eller kor ofte ein kommuniserer.

I kvantitativ forskning vil ein vere knytt til kategoriserte fenomen der fokuset er på å kunne telle opp eit fenomen og kartleggje spreinga av fenomenet. Om ein vel ein kvantitativ metode, vil det seie noko om kva grad ein opplever kommunikasjonen på arbeidsstaden, i

form av alternativ som lite godt, godt, veldig godt osv. Kva som ligg bak desse svara vil ein ikkje få kunnskap om, då dette ikkje er målet med ei kvantitativ undersøking (Johannessen et al., 2010). Med dette som utgangspunkt vart det difor naturleg for meg å velje vekk ei rein kvantitativ tilnærming i masteroppgåva mi.

Om ein ynskjer å studere subjektivitet, samt prøve å forstå eit fenomen meir grundig, kan både ei kvalitativ tilnærming og ei Q-metodisk tilnærming vere løysinga. Vel ein ei kvalitativ tilnærming vil ein nytte data i form av tekstar, lyd eller bilete, der ein legg vekt på sjølve fortolkinga av innsamla data. (Johannessen et al., 2010). Q-metoden blei danna av fysikaren og psykologen William Stephenson (1902-1989) i 1935. Han hadde eit kritisk syn på dei objektive målingane som blei gjort innan kvantitativ forskning, som var dei einaste moglege, og enda med å utvikle ein metode der subjektiviteten fekk eit større fokus. Ved ei Q-metodisk tilnærming vil ein nytte data i form av ei matrise utfylt av deltakarane. Matrisa tek utgangspunkt i utsegn deltakaren har sortert med tanke på kva grad ein er einig, ueinig eller om ein er nøytral. For meg blei det å kunne bruke ei Q-metodisk undersøking mest rett då denne metoden gjev meg moglegheit til å kartlegge erfaringar av fenomenet kommunikasjon, samtidig som eg får moglegheit til å måle ulike mønster av forskjellar og likskapar i ein populasjon, som i dette tilfellet er ein skuleorganisasjon. Gjennom ei Q-metodisk undersøking vil eg kunne opne for å oppdage noko nytt som ein kanskje ikkje hadde oppdaga like klårt om ein hadde nytta ein anna forskingsmetode. Ein slik metodikk vert omtala som abduksjon og er noko som skil Q-metoden frå andre metodar (Allgood, 1997; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012).

Abduksjon vert nytta under faktoranalysen, og kan skildrast som ei form for logikk som skal nyttast for å kunne oppdage og generere teori. Ein skal gjennom abduksjon vere open for overraskande empiriske fakta som dukkar opp under analysen. Når dette skjer, må ein prøve å finne ei hypotese eller ein teori som kan forklare det som har kome fram. Om ein nyttar abduksjon er det forklaringar på uforutsette fenomen og nye kunnskapar som er målet, framfor bruk av induksjon som på si side vert nytta for å gje ei meir generell skildring av eit fenomen ein har observert (Thomas, 2010; Watts og Stenner, 2012; Yu, 1994). Induksjon kjem frå generalisering, og kan forklarast ved å tenkje at om X skjer regelmessig i visse omgjevnadar, kan ein gå ut i frå at X vil skje att i desse omgjevnadane. Gjennom induksjon vert det danna nye sanningar gjennom generalisering av mange dømer (Thomas, 2010; Yu, 1994). Deduksjon går ut på å danne ei plausibel, truverdig hypotese. Deretter forsøker ein å avgrense hypotesen gjennom å trekkje logiske slutningar. Gjennom deduksjon får ein ikkje ny

kunnskap, sidan deduksjon er bygd på sanne premisser. Ein kan altså seie at abduksjon er skapande, induksjon er bekreftande og deduksjon er forklarande (Yu, 1994).

For meg har det altså i denne samanhengen vore svært sentralt å få moglegheita til å kunne studere subjektivitet på ein systematisk måte der det kan opnast opp for å oppdage noko nytt. Gjennom å nytte Q-metoden vil eg finne svar på problemstillinga mi gjennom abduksjon og det skapande, framfor det bekreftande eller forklarande.

### 3.2. Ein Q-metodisk forskingsprosess

Ein Q-metodisk forskingsprosess har fleire steg. Fyrst må ein velje ut eit tema som interesserar. Som eg har nemnd tidlegare enda eg opp med å velje temaet «kommunikasjon på arbeidsplassen», då dette er eit tema eg interesserar meg for og ynskjer å fordjupe meg i. Målet er å få ei større forståing av temaet, og vonleg få moglegheita til å oppdage noko nytt. Det neste steget i forskingsprosessen er å identifisere kommunikasjonsuniverset. Kommunikasjonsuniverset speglar korleis ein kommuniserer rundt eit tema, og kan lett kjennast att av dei som er i kulturen eller konteksten. Det kan sjåast på som ei samling av stimuli, enten språkleg eller liknande, som til dømes haldningar, verdiar, meiningar, oppfatningar, eigne sanningar og liknande. Kort sagt er kommunikasjonsuniverset alle måtar ein omtalar eit tema på. Om ein skal kunne identifisere kommunikasjonsuniverset slik Stephenson hadde tenkt, vert ein nøydd til å danne ein design som har fokus på ei vinkling av eit emne, framfor fleire vinklingar av same emnet. Når ein dannar seg eit bilete av eit kommunikasjonsunivers, vert det knytt opp til all mogleg kommunikasjon rundt ei oppleving av ein situasjon eller ei hending (Allgood, 1997; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012). I mi oppgåve blei det kommunikasjonsstil, reaksjon og drivkraft som danna skildringa av mitt kommunikasjonsunivers med tanke på oppleving av kommunikasjon. Noko som var utfordrande, men viktig, var å rette fokuset mot opplevingar av kommunikasjonen til arbeidsstaden, og ikkje korleis ein opplever kommunikasjonen på generell basis, eller i den private sfære.

Vidare i forskingsprosessen må ein danne eit Q-utval som består av utsegn frå kommunikasjonsuniverset. Utsegnene skal ta utgangspunkt i ein sjølv og eigen ståstad, men skal også kunne vere reell for dei som skal delta i forskingsprosjektet. Etter dette kjem arbeidet med instruksjonsvilkår. Instruksjonsvilkåra har den funksjonen at den skal vere

vegleiande for sjølve forskinga på ein slik måte at informanten får uttrykt si eiga oppleving av kommunikasjonsuniverset. Det som er optimalt er sjølv sagt at denne formidlinga skjer på ein slik måte at det er av teoretisk interesse for meg som forskar (Allgood, 1997; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012). Ein kan med andre ord seie at målet med å nytte instruksjonsvilkår, er å få deltakaren til å ha fokus på vilkåra som ligg til grunn for utsegnene.

Har ein alt på plass, vert neste steget sjølve Q-sorteringa. Her skal deltakaren tre inn i kommunikasjonsuniverset for å skildre eiga oppleving av temaet i ei matrise. Plasseringa av utsegnene vil danne eit subjektivt bilete av korleis deltakaren har opplevd fenomenet. Her er det viktig å presisere at dette biletet syner informanten si meiningsdanning av utsegnene der og då. Etter at ein har samla inn matrisene frå deltakarane, må ein tolke og forstå dei operante faktorane. Man omtaler faktorane som operante sidan dei ikkje er avhengige av påstandar og konstruksjonar i såkalla «teser» som sorteraren respondera på. Den operante faktoren vert også omtala som operant subjektivitet. Faktoren har sitt opphav frå den enkelte si sortering, som blir ein del av faktorskåren og faktormeiningane, som igjen vert utgangspunktet for forskaren sin fortolking av synet til faktoren. Ein faktor representerer altså eitt syn, sjølv om det er mange av sorterarane som ladar og definerer faktoren. Gjennom å sjå på faktorskårane kan ein sjå kva utsegn som skil seg ut og er med på å representere faktoren (Allgood, 1997; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012).

Her kan eg altså nytte Q-metoden som forskar til å få ei forståing av informantane si haldning til og syn på eit fenomen. Her vil eg, forskaren, ha ei abduktiv rolle, noko som går ut på at eg skal prøve å setje meg inn i deltakarane sitt tanke sett gjennom å utforske og finne forklaringar på dataene slik dei framstår i faktoren eller synet. Om ein legg Stephenson sine eigne tankar til grunn, er det ikkje berre utfordringane med å finne dei operante faktorane som er viktig i denne slutfasen, men i tillegg å oppdage den gjeldande subjektiviteten som kjem til syne hjå faktorane (Allgood, 1997; Kvalsund og Allgood, 2007; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012).

### 3.2.1 Presentasjon av design

Her vil eg syne den eksperimentelle designen til masteroppgåva mi som har utgangspunkt i den teoretiske bakgrunnen som er presentert i kapittel 2. Gjennom designen vil eg prøve å

fange opplevingane av kommunikasjon på arbeidsstaden for arbeidstakarar ved ein skuleorganisasjon.

**Tabell. 3.1** Eksperimentell design til «kommunikasjon på arbeidsstaden»

<b>Effekt</b>	<b>Nivå</b>	<b>Celler</b>
<b>Kommunikasjonsstil</b>	supporting/giving (a), controlling/taking (b), conserving/holding (c), adapting/dealing (d)	4
<b>Reaksjon</b>	subjekt (e), objekt (f)	2
<b>Drivkraft</b>	prediktiivt (g), ikkje prediktiivt (h)	2

Tabell 3.1 syner at den fyrste effekten eg har vald er kommunikasjonsstil. Eg har vald å dele denne effekten inn i nivåa supporting/giving, controlling/taking, conserving/holding og adapting/dealing. Det er fire kommunikasjonsstilar som er knytt til livsorienteringa til menneske, og er presentert gjennom LIFO®-teorien. Dei fire stilane representerer fire ulike måtar å sjå verda på. For å kunne få eit godt kommunikasjonssamspel, vil kunnskap om livsorienteringane vere vesentleg, samt kunnskap om kva kommunikasjonsstil(ar) ein føretrekk sjølv i ulike situasjonar. Dei fire stilane er skildra som styrkar som alle har tilgang til, men som ein vel å nytte annleis (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002). Gjennom å ha kommunikasjonsstil som effekt, og dei fire stilane som nivå, vil ein vonleg få eit meir nyansert bilete av kva stil deltakarane vel å nytte i kommunikasjonen på arbeidsstaden.

Den neste effekten i designen er reaksjon (sjå tabell 3.1). Her har eg vald å dele effekten inn i nivåa subjekt og objekt. Kommunikasjon kan verte påverka av mange faktorar. Gjennom å nytte attribueringsteori kan ein sjå korleis ein som menneskje årsaksforklarar oppførselen til seg sjølv og den andre. Ein fellesnemnar for attribusjon er at ein ofte kan undervurdera påverknaden av sjølve situasjonen, og heller overvurdera i kva grad åtferda speglar den andre sine eigenskapar og haldningar (Larsen og Buss, 2008; Myers, 2008).

Gjennom attribusjonsfeil kan ein sjå at menneskje kan ha ein tendens til å undervurdere påverknaden av situasjonen, sjølv om ein veit kva som er årsaka til den andre sin åtferd. Noko attribusjonsteoretikarar har framheva er at ein observera andre frå eit anna perspektiv enn ein observera seg sjølv. Ein kan altså gå ut frå at andre er det dei gjer (Myers, 2008). I følgje The Arbinger Institute (2008) er det to måtar ein kan reagere på i møte med andre menneske. Ein kan enten ha ei fredfull tilnærming, der ein ser på den andre som eit medmenneske med likeverdige tankar og kjensler som seg sjølv, eller ei fiendtleg tilnærming, der ein ser på den andre som eit objekt og ei hindring for seg sjølv. Gjennom å bruke denne effekten i designen ynskjer eg å få fram korleis deltakarane reagerer ved kommunikasjon med andre kollegaer. Er dei i eller utanfor boksen?

Den siste effekten i designen er drivkraft (sjå tabell 3.1). Nivåa av denne effekten har eg delt inn i prediktivt, der ein søker fast struktur og faste rammer, og ikkje prediktivt, der ein søker det opne og ukjende. Gjennom denne effekten vil ein kunne få fram kva drivkrafta til deltakarane som sorterar er, når dei kommuniserer på arbeidsplassen. Ein kan i følgje Kvalsund og Meyer (2005) skilje drivkrafta mellom det prediktive og det som ikkje er prediktivt i ein organisert kommunikasjon. Ein kan altså skilje mellom dei som ynskjer fast struktur, rammer og reglar som gjer det mogleg og sikkert å vite kva som vil hende, og dei som søker det opne og ukjende og slett ikkje veit kva som vil hende. I organisasjonar skjer det frå tid til anna endringar, og sidan skuleorganisasjonar er knytt til staten, kjem det ofte nye lovar og pålegg som skal gjennomførast. Eg vil difor tru at deltakarane i den utvalde skuleorganisasjonen har opplevd at organisasjonen gjennom reformkrava vert endra og/eller er i endring. Gjennom å ha dette som effekt vil eg kaste lys på kva drivkrafta til kommunikasjonen til deltakarane er. Det er forskjell på å søkje det ukjende, og få det ukjende introdusert som eit krav frå nokon ovanfrå.

### 3.2.2 P-settet

Når ein nyttar Q-metoden vert personutvalet omtalt som eit «P-sett». P-settet i masteroppgåva består av 15 personar frå ein skuleorganisasjon i ei fylkeskommune i Noreg. Utvalet har ikkje deltatt i forskingsprosjekt som har nytta Q-metode tidlegare. Alle deltakarane var tilsett ved skulen i form av fast stilling eller vikariat. Rollene deira varierar frå dagleg leiar, kontormedarbeidar, mellomleiar til undervisningspersonell. Hovudvekta av deltakarane var

undervisningspersonell. Grappa var samansett av totalt 7 kvinner og 8 menn. Aldersspreiinga i p-settet var frå ca.25 år til 55 år. I mine analyser har eg vald å sjå vekk frå demografiske forskjellar, då eg i utgangspunktet meiner at dette er ei homogen gruppe. Eg tenkjer på grappa som homogen då dei eksempelvis er meir eller mindre lærarutdanna, jobbar i same verksemd osv.

### 3.2.3 Utvikling av Q-utval

Gjennom å ta utgangspunkt i den eksperimentelle designen (tabell 3.1), får ein eit oppsett som består av 16 kategoriar (sjå tabell 3.2 under).

**Tabell 3.2** 16-kategorikombinasjon

aeg	aeh	afg	afh
beg	beh	bfh	bfh
ceg	ceh	cfh	cfh
deg	deh	dfh	dfh

Ut frå tabellen over (tabell 3.2) vil ein få eit Q-utval beståande av 16 forskjellige kategorikombinasjonar, som vil utgjere totalt 48 utsegn (16x3). Grunnen til at eg har vald å ha 48 utsegn, og ikkje 32, er for å kunne få eit mest mogleg variert og balansert stimuliutvalg av utsegn, og dermed eit betre og meir reliabelt resultat. Til fleire utsegn, til høgare reliabilitet. For å kunne utvikle eit Q-utval som er representativt, er det naudsynt å undersøkje temaet sitt kommunikasjonsunivers. Eit kommunikasjonsunivers er, som tidlegare nemnd, alle dei måtane ein kan tale om eit tema på. Gjennom å få klårgjort diskursen om korleis ein omtalar eit tema på, vil ein kunne få Q-utvalet til å stå fram som både uformelt og subjektivt. Sjølv om dette er ein tidkrevjande prosess, er den viktig for å få eit best mogleg Q-utval. I tillegg er det viktig å ha eit balansert Q-utval for å unngå skeivfordeling og at det er lite representativt. For å unngå dette, tok eg utgangspunkt i Fishers idear rundt multivariate design. Fishers blokkdesign blir ofte nytta i Q-metodiske undersøkingar (Allgood, 1997; Brown, 1980; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012). Q-utvalet mitt er altså både forankra i teori, men også tatt omsyn til kommunikasjonsuniverset til deltakarane gjennom både

observasjon og erfaring. Utsegnene blei også forfatta på bokmål for å unngå usikkerheit og misoppfatningar, då hovudmålet til deltakarane er bokmål. For å sikre at Q-utvalet blei opplevd som balansert, fekk eg tre frivillige frå eigen omgangskrets til å prøvesortere utvalet. Gjennom dette fekk eg gjort naudsynte endringar slik at eg til slutt fekk eit Q-utval som eg tykkjer var tilstrekkeleg dekkande for kommunikasjonsuniverset i forhold til «kommunikasjon på arbeidsstaden» for arbeidstakarane ved skuleorganisasjonen (sjå vedlegg 1, Q-utval).

#### 3.2.4 Instruksjonsvilkår

Ved sjølve gjennomføringa var det viktig å sikre at deltakarane sorterte utsegnene ut frå temaet «kommunikasjon på arbeidsstaden». For å kunne sikre dette, utarbeidde eg eit instruksjonsvilkår (sjå vedlegg 2, Instruksjonsvilkår). Instruksjonsvilkår er ei vegleiing for deltakarane som skal hjelpe den som sorterar utsegnene til å fokusere på situasjonen og retninga i temaet som er vald (Thorsen og Allgood, 2010). Instruksjonsvilkåra blei gitt både munnleg og skriftleg til deltakarane for å sikre dette. I mitt tilfelle var det viktig å understreke at det var kommunikasjonen på arbeidsstaden som var fokuset, og ikkje kommunikasjon ein har privat og liknande. Eit anna sentralt grep eg gjorde var å skrive instruksjonsvilkåra på bokmål. Dette på same grunnlag som val av målføre for utsegn (sjå under «utvikling av Q-utval»).

Instruksjonsvilkåra til deltakarane:

*«I denne sorteringen ønsker jeg at du skal se for deg hvordan kommunikasjonen er mellom deg og dine kollegaer på arbeidsplassen. Sorter utsegnene ut fra egen erfaring med kommunikasjon på arbeidsplassen.»*

#### 3.2.5 Q-sortering

Som ein har sett er det viktig at deltakarane sett seg inn i situasjonen forskaren ynskjer dei skal sortere utsegnene ut frå. Ein kan nærast samanlikne dette med eit skodespel, der ein skal gå inn i ei rolle, men samstundes ha med seg sjølv i form av eigne meiningar og tankar. Sjølve Q-sorteringa kan sjåast på som ei måling der sorteraren sjølv måler si subjektive oppfatning



gjennom Q-sorteringa. Målinga vert registrert i ei framlagt matrise, noko ein kan sjå i figur 3.1 som syner sorteringsmatrisa (Allgood, 1997; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012).

Instruksjon: Hvordan opplever du kommunikasjonen på arbeidsplassen?

Navn: \_\_\_\_\_

IKKE LIKT MEG	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	LIKT MEG

**Figur 3.1** Sorteringsmatrisa til forskingsprosjektet «kommunikasjon på arbeidsplassen».

Som ein kan sjå så må ein sortere utsegnene i kva grad ein er einig eller ueinig i dei. I midten er der eit område for utsegn ein er nøytral til, altså verken eller. Det ferdige biletet vert både rikt og heilskapleg. Biletet inneheld ei stor mengde informasjon i samanstillinga av utsegn, samstundes som det skildrar ein person sin ståstad, syn og subjektive sinnstilstand gjennom sorteringsprosessen. I tillegg til dette kan ein hevda at det er eit empirisk bilete, sidan det er knytt til den tidlegare erfaringa til deltakaren (Allgood, 1997; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012).

### 3.2.6 Faktor og faktoranalyse

Vegen til å få fram operante faktorar som ein kan analysere er gjennom Q-sorteringa og faktoranalysen. Gjennom Q-sorteringa kan ein sjå korleis deltakaren har målt utsegnene med utgangspunkt i instruksjonsvilkåret. Ein kan altså seie at den subjektiviteten ein ynskjer å undersøkje vert gjort operant gjennom ei Q-sortering og gjennom sjølv faktoranalysen, derav operante faktorar. Faktorane vert analysert ved hjelp av eit Q-metodisk faktoranalyseprogram,

PQMethod, fortolka gjennom forskaren sin abduksjon med utgangspunkt i deltakaren sine skåreverdier i Q-sorteringa og dei gjennomsnittlege faktorskårane i den enkelte faktor. Ein nyttar sorteringsmatrisa til å gi utsegnene skåreverdier ut frå kvar i matrisa dei er plassert. Denne lineære sjølvreferansen kan som måleenskap gje eit statistisk grunnlag for korrelasjon mellom sorterarane og utdrag av faktorar frå faktoranalysen. Ved å leggje inn verdiane frå sorteringsmatrisa i analyseprogrammet «PQMethod 2.11», kan ein få analysert datamaterialet statistisk. Sjølv om dette dataprogrammet kan gje ein ei statistisk faktoranalyse, vil det likevel stå attende ein omfattande analyse- og fortolkingsprosess etter at faktorane føreligg. Det er her ein som forskar med ei haldning om å nytte abduktiv logikk kjem inn, for å fullføre faktorfortolkinga ved å setje seg inn i deltakarane sin subjektivitet. Faktorane representerar subjektiviteten til dei som grupperar seg på den enkelte faktor, som ein som forskar må få innsikt i, ved å fortolke det subjektive synet som har blitt danna og som vert representert som eit gjennomsnitt av dei som ladar på den enkelte faktor (Allgood, 1997; Schmolck, 2002; Thorsen og Allgood, 2010; Watts og Stenner, 2012).

### 3.3 Reliabilitet

Ein kan seie at ein kan sjå verda på to forskjellige måtar. Ein kan enten sjå på verda som ein stad der røynda skapar menneske, eller ein stad der røynda blir skapt av menneske. At røynda blir skapt av menneske vert ofte omtalt som konstruktivisme eller konstruksjonisme (Teigen, 2004). Konstruktivisme og konstruksjonisme er omgrep som ofte vert nytta som to sider av same sak. Likevel er nyansane mellom desse viktige. I følgje Watts og Stenner (2012) vil ein gjennom konstruktivisme leggje vekt på personlege aspekt når ein skal danne ei mening. Konstruksjonisme på si side vil heller leggje vekt på sosiale og sosiologiske aspekt når ein skal danne ei mening. Det er under konstruksjonisme ein ofte nyttar kvalitative metodar, og det er under denne tradisjonen at ein kan finne Q-metoden.

Skillet som er skissert over er av stor tyding innan Q-metodologi, då det er av stor tyding for kva ein faktisk ynskjer å fokusere på. Ein kan altså gjennom denne tradisjonen få fokus på dei delte synspunkta og den felles diskursen for p-settet (Watts og Stenner, 2012). Som nemnt tidlegare står den operante subjektiviteten sentralt i Q-metoden, og blir ofte nytta som synonym for metoden. Ein kan altså ved å nytte ei Q-sortering oppdage subjektivitet, sidan deltakarane aktivt deltek i prosessen ved å være dei som sjølv målar subjektiviteten,

framfor å verte målt. Slik eg ser det vil altså ein slik metode sikre at ein i større grad kan sjå på resultata som pålitelege, sidan ein som deltakar er aktiv med i forskingsprosessen sjølv gjennom å vere den som målar. Det at metoden blir sett på som ei blanding mellom kvalitativ og kvantitativ metode, er òg noko som eg tenkjer som styrkje, då den kan gje objektive mål på subjektive responsar (Smith, 2001). Gjennom metoden får ein fokuset på korrelasjonen mellom deltakarane sine subjektive opplevingar av eit fenomen, noko ein kan sjå i samanheng med ein holistisk tankegang (Watts og Stenner, 2012). Det subjektive og kvalitative omfanget vert med andre ord ivareteke, sjølv om metoden òg kan karakteriserast som ein kvantitativ metode.

### 3.4 Ethiske aspekt kring forskinga og forskarrolla

Som forskar tykkjer eg at det er viktig å ta omsyn til dei som ynskjer å delta i forskingsprosjektet mitt. Før eg starta forskinga mi i det heile, søkte eg om godkjenning hjå NSD, Norsk samfunnsvitskapelege datateneste (sjå vedlegg 3, Godkjenning frå NSD). Det har mellom anna vore viktig for meg og mi forskning at deltakarane vert anonymiserte. Sidan eg har valt Q-metoden har eg nytta fiktive namn i form av namn på land i dei ulike sorteringsmatrisene slik at eg ikkje skal verte påverka under sjølve faktoranalysen. Oversikta over kven som er kven har eg gøymt vekk under analyserings- og fortolkingsprosessen, men vil bli tatt fram i etterkant om det skulle vere eit behov. I tillegg til at eg opplyste munnleg at forskinga mi er konfidensiell, lage eg ei kontrakt mellom meg og deltakarane der det mellom anna stod korleis eg kom til å behandle og presentere det eg finn ut av, samt sikring av den enkeltes anonymitet (sjå vedlegg 4, Avtale mellom forskar og deltakarar). Om det oppstod behov for samtalar under eller i etterkant av sjølve undersøkinga, vil også det som kjem fram i denne samanheng verte behandla konfidensielt.

I neste kapittel vil eg presentere funna eg har gjort gjennom analyse av datamaterialet. Her vil eg gå djupare inn på faktoranalysen, som er det siste steget i den Q-metodiske forskingsprosessen som eg har presentert i dette kapittelet. Som eg nemnde tidlegare, er det ikkje nok å presentere rapporten ein får gjennom analyseprogrammet, då rapporten er berre eit utgangspunktet for ei grundigare analyse av kvar faktor.

## Kapittel 4 - Presentasjon av funn

I dette kapitlet skal eg presentere funna mine gjennom ei trefaktorløyising. Ein faktor er eit syn eller perspektiv på eit tema. Faktorar er basert på korrelasjon mellom menneske. Dei som er innanfor ein faktor korrelerar med kvarandre, altså dei er lik kvarandre med omsyn til synet faktoren representerer. Mellom faktorane er det lågare korrelasjon. Den beste løysinga er om ein får ein høg korrelasjon internt i sjølve faktorane, og låg korrelasjon mellom dei ulike faktorane. Om ein får til dette kan ein omtale faktorane som reine faktorar. Som ein vil sjå i dette kapitlet har eg vald å gå for ei trefaktorløyising, altså ei løysing der eg nyttar tre faktorar. Når ein skal sjå på ulike faktorløyisingar, må ein sjå kor mange personar som representerer dei ulike faktorane. Ei faktorløyising veljast gjennom eit såkalla «simple structure»-prinsipp der ein skal velje nok faktorar som kan gi meinig til eller forklare eit tema, men ikkje noko meir. Det er difor vanleg å velje ei faktorløyising som ikkje har mindre enn to personar som ladar og definerer faktoren (Brown 1980; Watts og Stenner, 2012). Sidan eg gjennom ei firefaktorløyising fekk ein faktor som berre hadde éin representant, valde eg difor å gå for ei trefaktorløyising. Gjennom dette kapitlet vil ein altså høyre meir om framgangsmåten eg har nytta for å få fram trefaktorløyisinga, innsyn i sjølve trefaktorløyisinga gjennom ein presentasjon av analysen av dei ulike faktorane, samt mi tolking av faktorane. I tillegg vil eg kort sjå på utsegn som er representerer fellestrekk og skilnadar mellom faktorane.

### 4.1 Framgangsmåte

Når alle deltakarane har sortert utsegnene og registrert dei i matrisa er ein klar for å analysere datamaterialet. Sjølv om ein kan ved hjelp av Brown (1980) gjere heile analysen manuelt, har eg i masteroppgåva mi vald å gjere analyse ved hjelp av eit Q-metodisk faktoranalyseprogram som heiter PQMethod (Schmolck, 2002). Dette valet har vore primært grunna tidsaspektet. Watts og Stenner (2012) har oppfordra brukarar av Q-metoden å gjennomføre analysen manuelt ein gong, nettopp for å kunne få moglegheita til å skjønne analyseprosessen på eit djupare nivå. Ved å bruke PQMethod vil eg som forskar bruke nokre timar på den tekniske delen, framfor å bruke dagar på å gjere det manuelt. Sjølv om dette høyses enkelt ut, er det ikkje slik at ein kan leggje inn matrisene i programmet, trykkje på ein knapp og så har ein «det rette svaret». Ved å leggje inn matrisene i programmet kan ein få hjelp til å sjå kva

faktorløyising som er høvande, med tanke på kva grad dei er representative i forhold til utvalet, som eg var inne på i innleiinga. Det eg sit attende med etter å ha køyrd analysen i programmet er ein lang rapport som syner mellom anna faktorløyisinga eg har vald, kva grad det er signifikans, kva faktorskårer som skil dei ulike faktorane osv. Dette er ein rapport som vert svært nyttig for meg når eg skal gå i gang med å undersøkje kva meinig og/eller haldning deltakarane i prosjektet mitt har til kommunikasjon på arbeidsstaden. Når nokon har ein X bak seg i ei faktorløyising, tyder dette at deltakaren ladar på faktoren, altså er med å definere og vektar synet i faktoren, alt etter kor sterk ladningen (korrelasjon med faktoren) er. Når ein deltakar har eit kryss bak seg i ein faktor, tyder dette på at han eller ho har ei signifikant faktorlading på eit 0,01-nivå. Dette tyder at det er ca. 99 % sjanse for at dette stemmer. (Brown 1980; Watts og Stenner, 2012)

Ein kan også finne ut verdien som skal til for å få eit signifikansnivå på 0,01-nivå manuelt. Dette kan ein gjere ved å nytte denne formelen:  $2,58 \times (1 / \sqrt{\text{antall utsegn}})$ . Talet 2,58 står for standardavviket. Standardavviket er eit spreingsmål som syner korleis observasjonane avviker frå gjennomsnittet i eit enkelt Q-utval (Brown, 1980). Sjølv utrekninga for signifikant faktorlading vil i dette tilfelle verte slik:

$$\begin{aligned} &= 2,58 \times (1 / \sqrt{48}) \\ &= 2,58 \times (1 / 6,9282) \\ &= 2,58 \times 0,1443 \\ &= 0,3723 \approx 0,38 \end{aligned}$$

Eigenverdien til ein faktor kan ein mellom anna bruke til å forklare variansen i studien. For å finne ut eigenverdien til ein faktor tek ein å gangar den kvadrerte faktorladinga til den som ladar på faktoren med seg sjølv. Summen til alle som ladar på faktoren må ein deretter leggje saman. Ser ein i tabell 4.1 må ein til dømes gange Finland, Island og Frankrike sine ladingar med seg sjølv og leggje desse saman for å finne eigenverdien til faktor 3 ( $0,7930 \times 0,7930$ ,  $0,5177 \times 0,5177$  og  $0,4668 \times 0,4668$ ). For å finne den forklarande variansen til kvar faktor i studien nyttar ein denne formelen:  $100(EV/\text{antall personer i studien})$ . Eg vil i faktorpresentasjonen angi eigenverdien og den forklarande variansen til kvar faktor. (Brown, 1980).

## 4.2. Presentasjon av trefaktorløysinga

Tabell. 4.1 Faktorladningar der X markerar sorteringar som definerer faktoren.

Q-sortering	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
1. Spania	<b>0.7810X</b>	0.0673	0.0575
2. Irland	<b>0.7507X</b>	-0.0259	-0.0261
3. Moldova	<b>0.7241X</b>	-0.2163	0.2137
4. Tyskland	<b>0.7122X</b>	0.0142	-0.3311
5. Russland	<b>0.6610X</b>	0.0768	0.2502
6. England	<b>0.5998X</b>	0.0890	0.3337
7. Polen	<b>0.5727X</b>	0.0547	-0.2540
8. Sverige	<b>0.5537X</b>	0.4016	0.2592
9. Italia	0.0000	<b>0.8248X</b>	-0.1691
10. Danmark	-0.2927	<b>0.6483X</b>	0.4677
11. Skottland	0.1161	<b>0.5780X</b>	0.0330
12. Nederland	0.0077	<b>0.5561X</b>	0.2019
13. Finland	0.3473	-0.0866	<b>0.7930X</b>
14. Island	0.1347	0.4612	<b>0.5177X</b>
15. Frankrike	-0.0754	0.1335	<b>0.4668X</b>

I tabell 4.1 kan ein sjå ein oversikt over trefaktorløysinga, der Q-sorteringane som definerer faktoren er markert med ein X. Faktor 1 er definert av åtte Q-sorteringar, faktor 2 av fire Q-sorteringar og faktor 3 av tre Q-sorteringar. Som tidlegare nemnt er namnet til deltakarane som har studert fiktive. Sidan det er blitt nytta namn på land og ikkje menneske, kan ein ikkje ut frå tabellen sjå kjønnsfordelinga til dei som definerer dei tre faktorane. For å gjere tabellen så tydeleg som mogleg er rekkjefølgja på Q-sorteringane satt slik at faktor 1 syner ladingane frå Q-sorteringane 1-8, faktor 2 frå 9-12 og faktor 3 frå 13-15. Sidan alle Q-sorteringane i tabellen har ein X framfor seg tyder dette på at alle som har sortert korrelerar signifikant med ein av faktorane. Korrelasjonen mellom faktorane kan ein også sjå ved å sjå nærare på tabell 4.2:

**Tabell. 4.2** Korrelasjon mellom faktorane.

	1	2	3
1	1,0000	-0,0045	0,3313
2	-0,0045	1,0000	0,1490
3	0,3313	0,1490	1,0000

I tabell 4.2 kan ein sjå at det er relativt lave korrelasjonar mellom faktorane. Slik sett kan syna som faktorane representerer vere lettare å fortolke.

#### 4.3 Faktorfortolking – analyse av sjølve faktorane

Gjennom faktorfortolking kan ein få ei forståing av synet som ligg til grunn for kvar enkelt faktor. Faktoren representerer eit felles syn og dannar eit meiningsbilete, på same måte som kvar enkelt av dei som har sortert har danna eigne meiningsbilete rundt temaet kommunikasjon på arbeidsplassen. Faktoren blir ei form for modell for det teoretiske gjennomsnittsmønsteret av dei sorteringane som er med på å definere faktoren. Sjølv om ein ikkje kan knyte faktoren til ein bestemt person, vil ein likevel kunne nytte faktoren som ei tilnærming til det synet som dei som kollererar med faktoren har. Faktoren er ei form for operant subjektivitet, nettopp fordi den har sitt opphav frå individuelle sorteringar. I sjølve faktorfortolkinga som eg skal gå nærare inn på her, vil det vere faktorskårane og meiningane i kvar enkelt faktor som blir sett fokus på for å kunne tolke synet som ligg i faktoren. Eg vil difor nytte same matrise som blei nytta av dei som sorterte (sjå vedlegg 6, Oversikt over faktorane i eiga matrise) for å kunne få fram faktorskårane (Thorsen og Allgood, 2010).

Gjennom faktoranalysen har det vore sentralt for meg å få eit holistisk bilete av faktorane. For å kunne oppnå dette har eg vald å nytte «*Crib sheet*». Crib sheet er ein metodisk framgangsmåte som er danna av Simon Watts (Watts & Stenner, 2012). Gjennom denne metoden blir ein som forskar tvungen til å setje fokuset på fleire aspekt ved dei enkelte faktorane, framfor å berre konsentrere seg om dei utsegnene som vekta sterkast positivt og negativt i faktormatrissa. Dette betyr ikkje at ytterpunktta ikkje er av stor tyding for den enkelte

faktor, men crib sheet synleggjer meir den informasjonen som ligg i det nøytrale området av matrisa, 0-området. Dette kan vere utsegn som andre faktorar har rangert høgare eller lågare enn akkurat denne faktoren. Watts vil altså gjennom denne metoden opne opp for at forskaren kan gjere nye oppdagingar, samt finne nyttig informasjon, i nyansane. Informasjonen som ligg i nyansane kan dessutan vere med på å styrkje det ein allereie har funne ut i analysen. Ein kan sjølvstøtt erfare at det ikkje er informasjon av stord tyding der, men det veit ein ikkje før ein har undersøkt (Watts & Stenner, 2012).

For å forklare framgangsmåten ved å nytte crib sheet på ein kort og enkel måte, handlar det om å sjå på kvar faktor og faktoren sitt forhold til utsegnene. Det sentrale er korleis faktoren har vald å plassere utsegnene i forhold til dei andre faktorane. Ein plasserer utsegnene i ulike kategoriar som høgast rangert, lågast rangert, høgare enn dei andre faktorane og lågare enn dei andre faktorane. Vidare skal ein sjå på demografiske variablar i p-settet (Watts og Stenner, 2012). Som eg nemnde i kapittel tre ser eg på den gruppa som sorterte utsegn som ei homogen gruppe. Den homogene gruppa representerer ein liten skuleorganisasjon, og eg vil difor ikkje ta omsyn til den demografiske informasjonen i denne analysen. Sidan p-settet sorterer utsegnene med utgangspunkt i kjensler, kva ein føretrekk, samt likar og mislikar, vil dette påverke plasseringa av kvart enkelt utsegn. For å kunne gjennomføre ei god faktoranalyse vil eg som forskar forsøke å oppdage, trekkje fram og synleggjere noko av dei faktorane prøvar å kommunisere. Ved å sjå på faktorane som eigne individ med tankar og kjensler, vil eg forhåpentlegvis kunne få fram ei analyse av faktorane som er både rettferdig og truverdig.

#### 4.3.1 Analyse av faktor 1

Faktor 1 har ein eigenverdi på 3,64. Ein kan seie at faktor 1 forklarar 24,6 % av variansen i studien. Utrekninga av eigenverdi og den forklarte variansen kan ein finne i vedlegg 6, Utrekning av eigenverdi og forklart varians. Det er åtte av deltakarane som har ei signifikant ladning på faktor 1 (sjå tabell 4.1).

Aller først i analysen tok eg føre meg dei utsegnene som var rangert høgast på minus- og plussida av faktor 1. Dei utsegnene som var rangert høgast (5+) var utsegn 9;

*«Som samtalepartner vil jeg beskrive meg som forståelsesfull og tillitsfull.»* og 32;



*«I samtaler kan jeg spøke om problemer og uenigheter, da jeg liker å ha et positivt fokus og ta ting med litt humor.».*

Her kan det virke som faktor 1 er positivt retta, sidan det er viktig å ha eit positivt fokus. Ein kan også tenkje seg at faktor 1 kan vere open og kontaktsøkjande, då omgrep som forståelsesfull og tillitsfull vert rangert så høgt opp. Vidare kan det også verke som om faktor 1 ikkje er så glad i konflikhtar, mogleg konfliktsky, sidan det å spøke med problem og ueinigheiter vert rangert så høgt som det har blitt.

Utsegnene som var rangert høgast (høg psykologisk signifikans) på minussida av matrisa (-5) var utsegn 26;

*«Diskusjoner i et høyere tempo med raske ordvekslinger er både forfriskende og positivt. Siden jeg er konkurranseorientert blir det et pluss når jeg kan få testet hvor overtalende og utholdende jeg kan være.»* og 34;

*«For meg er ikke samtalerne på jobb noe jeg anser som spennende og givende. Slike samtaler har jeg heller med venner og bekjente.».*

Ein kan ut frå plasseringa av utsegn 26 framleis tenkje at konflikhtar er noko faktor 1 ikkje likar, og mogleg ynskjer å unngå. Dette fordi mange assosierer diskusjonar i eit høgare tempo og raske ordvekslingar med at ein er usamde, noko som kan tyde på at det er ei konflikt. For faktor 1 kan samtalanane på jobb vere både spennande og givande, og relasjonsaspektet på jobb kan mogleg vere viktig for faktor 1. Samtalanane på jobb er altså ikkje berre av praktisk karakter, men kan for faktor 1 mogleg vere samtaler av meir privat karakter, då kollegaer kan setjast på lik linje med vener og kjende. Dette kan sjåast på i samanheng med det eg nemnde ovanfor om at faktor 1 kan verke både open og kontaktsøkjande. Det treng altså ikkje vere eit klårt skilje mellom givande samtalar med kollegaer kontra vener og kjende.

Etter å ha sett på dei utsegnene som var rangert høgast og lågast, fekk eg danna meg eit fyrsteintrykk av faktor 1. Med dette i botn, tok eg føre meg dei andre utsegnene. Eg starta på utsegn 1;

*«Jeg synes det er irriterende når den jeg snakker med bruker lang tid på å være kreativ og tenke nytt. Ofte kunne man ha kommet mye lenger om samtalerne hadde vært mer effektive, og den man snakker med hadde holdt seg til saken.».*

og prøvde å få ei kjensle av kven faktor 1 er. Utsegn 1 var plassert på -2. Her kan ein tenkje seg at faktor 1 ikkje er så opptatt av at samtalarne skal vere effektive. Det at faktor 1 ikkje synes at det er hemmande i ein samtale om nokon er brukar tid, er kreativ og tenkjer nytt kan støtte opp om inntrykket av at faktor 1 er open. Ut frå det eg har sett vil eg prøve å danne hypoteser som ein kan ta med seg vidare i analysen. Moglege hypoteser kan vere:

Hypotese 1: Faktor 1 likar å bruke god tid på samtalar på jobb.

Hypotese 2: Faktor 1 er open i samtalar med andre.

Hypotese 3: Faktor 1 er ikkje glad i konflikthar, og ynskjer å unngå dei.

Hypotesene hadde eg med meg då eg såg nærare på utsegn 2, 3, 4, 5.. osv. Utsegn 6;

*«På jobb synes jeg at det er vanskelig å stå for meningene mine, da jeg er usikker på hvordan den jeg snakker med kommer til å reagere.»*,

er rangert på -4. Her dukka det opp eit anna aspekt, då det kan verke som om faktor 1 ikkje er konfliktsky, men trygg på egne meiningar. Ut frå dette dannar eg meg enda ei hypotese.

Hypotese 4: Faktor 1 er trygg på egne meiningar.

Vidare kan ein sjå at utsegn 7;

*«I samtaler på jobb synes jeg det er viktig å få frem hva jeg synes om saken. Hvis ikke jeg selv taler min sak, vil ingen andre gjøre det heller.»*,

som er plassert på 0 kan vere med på å stadfeste den nye hypotesen. Det verkar ikkje som om det er viktig for faktor 1 å kjempe fram egne meiningar, eller at det er noko ein ikkje ser som relevant eller har noko erfaring med. Ein kan tenkje seg at faktor 1 er trygg på seg sjølv. Samstundes kan dette også tale for at ein vil unngå konflikthar, og ynskjer difor ikkje å kjempe for egne meiningar til ein kvar pris.

Utsegn 11;

*«På jobb snakker jeg ikke med andre for å ha en dyp og interessant samtale, men først og fremst for å få gitt de beskjeder som skal gis og få ting gjort.»*,

er plassert på -2 og kan opne for enda eit aspekt i tillegg til hypotese 2, der faktor 1 er både positiv og open for det som kan kome. Her kan det verke som om faktor 1 tykkjer at andre bidreg positivt til samtalen. Eg vel difor å utforme enda ei hypotese:

Hypotese 5: Faktor 1 synes det er interessant å høyre andre sine tankar og meiningar.

Etter å ha gått gjennom utsegn for utsegn fann eg mange utsegner som stadfestar alle hypotesene som vart danna under analysen. For å lage ei klårare oversikt over dei ulike hypotesene med døme på utsegn eg tykkjer er med på å stadfeste dei, har eg laga ein tabell over kvar hypotese med utsegn som støttar hypotesen.

**Tabell. 4.1** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 1 for faktor 1.

<b>Hypotese 1: Faktor 1 likar å bruke god tid på samtalar på jobb</b>		
<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>16</b>	I samtaler på jobb er det viktig for meg å holde meg til tema og komme frem til en løysning så fort som mulig. Man har ikke så god tid når man er på jobb, så da er det viktig å bruke tiden godt.	-2
<b>17</b>	Det å kunne snakke om et tema som man kan fordype seg skikkelig i, er for meg en god samtale.	2+
<b>26</b>	Diskusjoner i et høyere tempo med raske ordvekslinger er både forfriskende og positivt. Siden jeg er konkurranseorientert blir det et pluss når jeg kan få testet hvor overtalende og utholdende jeg kan være.	-5
<b>42</b>	Formulerer man seg kort og presist, samt er effektiv, opplever jeg at man har hatt en god samtale.	-3

I tabell 4.1 kan ein sjå at faktor 1 ikkje har det travelt under samtalar på jobb. Det kan verke som faktor 1 likar å ta seg god tid, då djupare samtalar som ein kan få litt meir innsikt i eit tema kan verke meir givande enn raske ordvekslingar. Det er altså ikkje effektiviteten som er med på å gjere ein samtale på jobb god.

**Tabell. 4.2** Oversikt over utsegn som stadfester hypotese 2 for faktor 1.

---

**Hypotese 2:** *Faktor 1 er open i samtalar med andre.*

---

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>20</b>	Jeg tar ofte initiativ til samtaler med andre, og liker å ha kontroll over hvordan samtalen utarter seg.	-4
<b>23</b>	Når jeg har samtaler med kollegaer, er det ikke viktig for meg å vite hvor hen samtalen bærer før man starter den. Det er spennende å høre andres perspektiver og tanker.	2
<b>39</b>	Om det kommer mye ny informasjon, og de som snakker går utover temaet, synes jeg det er vanskelig å følge med i samtalen. Det beste for meg er når jeg skjønner alt som blir sagt.	-3
<b>40</b>	Det er ikke problematisk for meg å delta aktivt i en samtale med andre som kommer med nye ideer. Jeg er åpen for ting som både er nytt og ukjent, selv om det av og til kan være litt forvirrende.	2+

---

I tabell 4.2 kan ein sjå at faktor 1 ikkje treng å ha full kontroll over korleis samtalen utartar seg. Faktor 1 verkar open for nye aspekt som måtte kome under samtalen, og det er heller ikkje problematisk om faktor 1 ikkje skjønner alt som vert snakka om. Det som skjer, det skjer, og faktor 1 er open for at samtalen tek ei heilt anna vending enn det ein først hadde venta.

**Tabell. 4.3** Oversikt over utsegn som stadfester hypotese 3 for faktor 1.

---

**Hypotese 3:** *Faktor 1 er ikkje glad i konflikhtar, og ynskjer å unngå dei.*

---

<b>Nummer</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>5</b>	En engasjert og opphetet diskusjon er bra, så lenge jeg opplever fremdrift.	0
<b>14</b>	Jeg blir sjeldent hissig i diskusjoner. Om jeg kommer i en diskusjon med noen som er usaklig, vinner jeg ofte diskusjonen ved å holde meg til fakta og holde fast ved eget standpunkt.	1

---

<b>27</b>	Ved diskusjoner og uenigheter prøver jeg først og fremst å redusere konflikter og fokusere på samarbeid.	3+
<b>32</b>	I samtaler kan jeg spøke om problemer og uenigheter, da jeg liker å ha et positivt fokus og ta ting med litt humor.	5+

I tabell 4.3 kan ein sjå at faktor 1 ynskjer å unngå konflikter, men ikkje nødvendigvis til ei kvar tid. Faktor 1 vil fyrst og fremst dempe konfliktnivået, då eit meir kontrollert og roleg samarbeid verkar meir fruktbart. Likevel gir ikkje faktor 1 nokon indikasjonar på at det er snakk om å vere konfliktsky, og det er ikkje uttrykt slik at ein skal unngå konflikter til ein kvar pris.

**Tabell. 4.4** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 4 for faktor 1.

**Hypotese 4:** *Faktor 1 er trygg på egne meninger.*

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>6</b>	På jobb synes jeg at det er vanskelig å stå for meningene mine, da jeg er usikker på hvordan den jeg snakker med kommer til å reagere.	-4
<b>7</b>	I samtaler på jobb synes jeg det er viktig å få frem hva jeg synes om saken. Hvis ikke jeg selv taler min sak, vil ingen andre gjøre det heller.	0
<b>14</b>	Jeg blir sjeldent hissig i diskusjoner. Om jeg kommer i en diskusjon med noen som er usaklig, vinner jeg ofte diskusjonen ved å holde meg til fakta og holde fast ved eget standpunkt.	1+
<b>25</b>	Det er utenkelig for meg å delta i en samtale der jeg ikke blir hørt og får si meningene mine.	-2

I tabell 4.4 kan ein sjå at faktor 1 ikkje tykkjer det er vanskeleg å stå for egne meninger. Det verkar som om det ikkje er avhengig av andre om faktor 1 vil ytre meningane sine, eller ikkje. Ein kan få kjensla av at det er ei tryggleik rundt egne meninger, og at meningane ikkje treng å kome fram til ei kvar tid. Tryggleiken kjem fram ved at ein ikkje

treng å vinne diskusjonar, då det ikkje er utfallet av ein diskusjon som avgjer om ein held ved meininga si eller ikkje.

**Tabell. 4.5** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 5 for faktor 1.

---

**Hypotese 5:** *Faktor 1 synes det er interessant å høyre andre sine tankar og meiningar.*

---

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>22</b>	For meg er det inspirerende å snakke med andre. Jeg blir ofte engasjert, og synes det er godt med forum der man har faste strukturer og rammer å forholde seg til.	2+
<b>34</b>	For meg er ikke samtalene på jobb noe jeg anser som spennende og givende. Slike samtaler har jeg heller med venner og bekjente.	-5
<b>36</b>	På jobb bruker jeg å lytte og vise hensyn til den jeg snakker med. Jeg tror at alle har noe interessant å komme med, så lenge man får mulighet til å si det man har på hjertet.	4+
<b>44</b>	Det som er spennende med å snakke med andre, er at man kan få innsikt i den andres tanker og ideer.	3+

---

I tabell 4.5 kan ein sjå at faktor 1 synes det er inspirerende å snakke med andre. Samtaler på jobb kan verke meiningsfulle, og det er interessant å få innsikt i andre sine tankar og idear. Det verkar som om faktor 1 erfarer at andre har mykje spanande å kome med i samtalar, og er open for å høyre kva den andre både føler og tenker.

Ut frå analysen kan ein altså hevde at faktor 1 er open og trygg på eigne meiningar i samtalar med andre. Det er viktig for faktor 1 å bruke god tid på samtalar, og det er både spanande og interessant å høyre kva andre har å kome med. Konflikhtar prøvar faktor 1 å dempe ned og unngå, men ikkje til ein kvar pris.

#### 4.3.2 Analyse av faktor 2

Faktor 2 har ein eigenverdi på 1,74. Ein kan seie at faktor 2 forklarar 11,6 % av variansen i studien. Utrekninga av eigenverdi og den forklarte variansen kan ein finne i vedlegg 6, Utrekning av eigenverdi og forklart varians. Det er fire av deltakarane som har ei signifikant ladning på faktor 2 (sjå tabell 4.1).

Eg følgde same framgangsmåte som hos faktor 1 i analysen av faktor 2, og tok først føre meg utsegnene som var rangert høgast på minus- og plussida. Hos faktor 2 er det utsegn 4;

*«Det som kan dempe engasjementet mitt i samtaler, er når den jeg snakker med er vanskelig å tilfredsstillere uansett hvor imøtekommende jeg er.»* og 15;

*«Brukes det for lang tid på å komme frem til poenget under en samtale, blir jeg fort utålmodig. Det er ikke alt man trenger å drøvtygge.»*,

som begge er rangert høgast på 5+. Her kan det verke som at faktor 2 har behov for positiv respons i samtaler med andre. Det kan vere vanskeleg for faktor 2 å ha ein engasjert samtale, om den det samtalast med ikkje verkar nøgd. Det ser òg ut til at faktor 2 likar at det er framgang i samtalanene. Om ein snakkar om ting som ikkje har noko med saken å gjere, kan det få faktor 2 til å verte utålmodig. Ein kan ane at det ligg noko frustrasjon i botnen her.

Utsegnene som var rangert høgast på minussida (-5) var utsegn 43;

*«Det å dele det emosjonelle er for meg like viktig som å dele ideer, fakta og handlinger.»* og 46;

*«Jeg synes jeg snakker like godt med alle kollegaene mine, og det er ikke vanskelig å ha givende samtaler på arbeidsplassen.»*.

Her kan det virke som om faktor 2 ikkje erfarer å ha givande samtalar på arbeidstaden. Det er heller ikkje like lett for faktor 2 å snakke med alle kollegaene. Det verkar òg som at det er svært viktig for faktor 2 å halde seg meir til deling av idear og utveksle handlingserfaringar, samt halde kjenslene vekk. Om dette er eit resultat av at det ikkje er alle ein snakkar like godt med, eller om det er generelt, kjem ikkje klårt fram Ein kan undre seg om det er sterke føringar for å unngå å halde kjenslene vekk?

Etter å ha sett på dei utsegnene som var rangert høgast både på pluss og minussida i matrisa, fekk eg danna meg eit fyrsteintrykk av faktor 2. Med dette i botn, tok eg føre meg resten av utsegnene. Eg starta som eg gjorde med faktor 1 med utsegn 1;

*«Jeg synes det er irriterende når den jeg snakker med bruker lang tid på å være kreativ og tenke nytt. Ofte kunne man ha kommet mye lenger om samtale hadde vært mer effektive, og den man snakker med hadde holdt seg til saken.»*,

og prøvde å få ei kjensle av kven faktor 2 er. Utsegn 1 var plassert på 0 hos faktor 2. Her kan ein tenkje seg at om den faktor 2 snakkar med ikkje held seg til temaet, kan det verke som om faktor 2 mistar engasjementet og kan verte likegyldig. Det er ikkje kreativiteten og nytenkinga som utløyser dette, men mogleg det at ein brukar mange ord på å få fram budskapet sin, jamføre fyrsteintrykket. Ut frå det eg har sett vil eg prøve å danne ei hypotese som ein kan ta med seg vidare i analysen. Ei mogleg hypotese kan vere:

Hypotese 1: Faktor 2 føretrekk at den som snakkar ikkje brukar for mange ord.

Vidare kan ein sjå at faktor 2 har plassert utsegn 2;

*«Hvis den jeg snakker med er svært negativ til noe jeg selv brenner for, hender det ofte at jeg trekker meg litt tilbake og prøver å forstå hva den andre mener.»*

på 0. Her kan det virke som om at faktor 2 synes det er ein forskjell mellom at den ein snakkar med aldri verkar fornøgd, og det at den ein snakkar med er veldig negativ til noko faktor 2 brenn for. Ein kan her tenkje seg at for faktor 2 er det viktig for å halde oppe engasjementet i ein samtale, at den ein snakkar med på eit eller anna tidspunkt kan verke fornøgd og mogleg å tilfredstille. Ut frå dette vil ei ny mogleg hypotese vere:

Hypotese 2: For faktor 2 er det viktig å kunne gjere den andre fornøgd i en samtale.

Utsegn 5;

*«En engasjert og opphetet diskusjon er bra, så lenge jeg opplever fremdrift.»*,

er plassert på -4. Dette kan tyde på at faktor 2 ikkje likar diskusjonar og ueinigheiter. Kanskje dette kan sjåast i samanheng med hypotese 2, der det er eit behov for å kunne gjere den andre fornøgd i ein samtale? Det kan også vere at faktor 2 tenker på en engasjert og oppheita



diskusjon som ein diskusjon der den ein diskutera med kan verte emosjonell og usakleg. Sidan dette er ikkje er klårt nok, vil eg prøve å danne enda ei hypotese:

Hypotese 3: Faktor 2 likar ikkje diskusjonar med andre som vert emosjonelle og usaklege.

Utsegn 6;

*«På jobb synes jeg at det er vanskelig å stå for meningene mine, da jeg er usikker på hvordan den jeg snakker med kommer til å reagere.»*,

er plassert på -1. Her kan det virke som om faktor 2 ein sjeldan gong synes at det av og til er vanskeleg å stå for meiningane sine, då det nokre gongar er usikkert korleis den andre kjem til å reagere. Dette kan mogleg sjåast i samanheng med fyrsteintrykket, då ein fekk eit inntrykk av at faktor 2 ikkje kjem overeins med alle på jobb. Om ein i denne samanhengen ser vidare på setning 7;

*«I samtaler på jobb synes jeg det er viktig å få frem hva jeg synes om saken. Hvis ikke jeg selv taler min sak, vil ingen andre gjøre det heller.»*,

som er plassert på 4+ blir biletet noko heilt anna. Det er altså veldig viktig for faktor 2 å få fram eigne meiningar, men det verka som om det er ei usikkerheit tilstade. Det er altså skilnad på kva faktor 2 mogleg ser på som viktige aspekt i kommunikasjonen på arbeidsstaden, men at det i røynda er annleis. Ut frå dette ynskjer eg å danne nye hypoteser:

Hypotese 4: Faktor 2 synes det er viktig å få fram eigne meiningar, men erfarer det vanskeleg på arbeidsstaden.

Hypotese 5: Faktor 2 synes det er vanskeleg å ha en god samtale med alle kollegaer.

Etter å ha gått gjennom utsegn for utsegn fann eg mange utsegner som stadfestar hypotese 1 og 5 som vart danna under analysen. For hypotese 2, 3 og 4 fann eg ikkje like mange utsegn som kunne stadfeste dei. Det betyr ikkje at dei ikkje stemmer, men at det ikkje var nok utsegn i sorteringa som stadfestar dei. For å lage ei klårare oversikt over hypotesen, har eg organisert hypotesen med utsegn som støttar hypotesen i ein tabell på same måte som eg gjorde med faktor 1.

**Tabell. 4.6** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 1 for faktor 2.

---

**Hypotese 1:** *Faktor 2 føretrekk at den som snakkar ikkje brukar for mange ord.*

---

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>15</b>	Brukes det for lang tid på å komme frem til poenget under en samtale, blir jeg fort utålmodig. Det er ikke alt man trenger å drøvtygge.	5+
<b>23</b>	Når jeg har samtaler med kollegaer, er det ikke viktig for meg å vite hvor hen samtalen bærer før man starter den. Det er spennende å høre andres perspektiver og tanker.	-2
<b>39</b>	Om det kommer mye ny informasjon, og de som snakker går utover temaet, synes jeg det er vanskelig å følge med i samtalen. Det beste for meg er når jeg skjønner alt som blir sagt.	2+
<b>42</b>	Formulerer man seg kort og presist, samt er effektiv, opplever jeg at man har hatt en god samtale.	1+

---

I tabell 4.6 kan ein sjå at faktor 2 føretrekk at den ein snakkar med ikkje brukar for mange ord. Dette er ikkje einstyndande med at all kommunikasjon skal gå føre seg effektivt og presist. Lange avhandlingar, der samtalepartnaren går langt utover det som vert snakka om, er ikkje noko faktor 2 set like stor pris på. Det er viktig at ein ikkje brukar for mange ord slik at faktor 2 kan få med seg alt som vert sagt, og ikkje miste interessa og bli likegyldig.

**Tabell. 4.7** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 5 for faktor 2.

---

**Hypotese 5:** *Faktor 2 synes det er vanskeleg å ha en god samtale med alle kollegaer.*

---

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>19</b>	Jeg er ikke den som roper høyest og oftest tar initiativ til samtaler på jobb, men jeg synes det er interessant å snakke med andre kollegaer når det først skjer.	-2
<b>34</b>	For meg er ikke samtalene på jobb noe jeg anser som spennende og givende. Slike samtaler har jeg heller med venner og bekjente.	2+

---

<b>38</b>	Gode samtaler med kollegaer er viktig, og jeg gir mye av meg selv i samtaler på jobb.	-1
<b>46</b>	Jeg synes jeg snakker like godt med alle kollegaene mine, og det er ikke vanskelig å ha givende samtaler på arbeidsplassen.	-5

I tabell 4.7 kan ein sjå at faktor 2 ikkje synes det alltid er like interessant å snakke med kollegaer. Det er ikkje alltid at det er på jobb at faktor 2 har dei mest spanande samtalanene, der ein erfarer stort utbytte. Det kjem fram her at faktor 2 ikkje snakkar like godt med alle kollegane sine, og at det ikkje fyrst og fremst er arbeidsplassen som er staden for dei djupaste og mest givande samtalanene.

Ut i frå analysen kan ein hevde at faktor 2 ikkje snakkar like godt med alle kollegaene. Det er ikkje kollegane som er den samtalepartnaren faktor 2 har dei givande og djupaste samtalanene med. I tillegg er det viktig for faktor 2 at det ikkje vert brukt for mange ord i samtalar. Om samtalepartnaren snakkar om noko som er langt frå det opphavlege temaet, og faktor 2 ikkje får med seg alt, kan faktor 2 lett miste interessa for samtalen.

#### 4.3.3 Analyse av faktor 3

Faktor 3 har ein eigenverdi på 1,12. Ein kan seie at faktor 3 forklarar 7,5 % av variansen i studien. Utrekninga av eigenverdi og den forklarte variansen kan ein finne i vedlegg 6, Utrekning av eigenverdi og forklart varians. Det er tre av deltakarane som har ei signifikant ladning på faktor 3 (sjå tabell 4.1).

Eg følgde same framgangsmåte som hos faktor 1 og 2, i analysen av faktor 3. Først tok eg føre meg utsegnene som var rangert høgast på minus- og plussida. Hos faktor 3 er det utsegn 15;

*«Brukes det for lang tid på å komme frem til poenget under en samtale, blir jeg fort utålmodig. Det er ikke alt man trenger å drøvtygge.»* og 48;

*«Jeg blir ofte oppgitt under diskusjoner, spesielt når de er dramatiserende og gjør ting mer alvorlig enn hva de egentlig er.»*,

som var rangert på 5+. Her kan man tenke seg at faktor 3 ofte erfarer å vere oppgitt over diskusjonar på jobb, og er litt utålmodig når samtalene tar unødvendig lang tid. Kanskje det av og til hadde vore betre med litt fortgang, sidan det er ikkje alt ein treng å strekkje ut i det lengste.

Rangert høgast på minussida (-5) hos faktor 3 kan ein finne utsegn 12;

*«I samtaler blir det altfor ofte fokusert på ting man kan endre. Jeg synes at ting er fint akkurat som det er, og har ikke behov for å fornye alt.»* og 43;

*«Det å dele det emosjonelle er for meg like viktig som å dele ideer, fakta og handlinger».*

Her kan ein tenkje seg at faktor 3 har behov for endring, og at det ofte er litt lite framgang. Mogleg er ikkje situasjonen grei slik den er no. Det verkar heller ikkje viktig for faktor 3 å dele det emosjonelle i samtalar på arbeidsstaden. Mogleg at faktor 3 ikkje synes det emosjonelle er viktig å dele med kollegaer.

Etter å ha danna meg eit inntrykka av faktor 3 ved å sjå på dei utsegnene som var rangert høgast på pluss- og minussida, tok eg føre meg dei andre utsegnene. Eg starta som ved faktor 1 og faktor 2 med å sjå på utsegn 1;

*«Jeg synes det er irriterende når den jeg snakker med bruker lang tid på å være kreativ og tenke nytt. Ofte kunne man ha kommet mye lenger om samtalene hadde vært mer effektive, og den man snakker med hadde holdt seg til saken.»*,

og prøvde å få ei kjensle av kven faktor 1 er. Utsegn 1 var plassert på 0 hos faktor 3. Her kan ein tenkje seg at plasseringa støttar fyrsteintrykket, då faktor 3 på den eine sida verkar litt utålmodig og ynskjer framgang, samstundes som det verkar som om faktor 3 har behov for endring og nytenking. Ut frå dette vil eg danne meg nokre hypoteser:

Hypotese 1: Faktor 3 er litt utålmodig og ynskjer framgang.

Hypotese 2: Faktor 3 er open for nye tankar og idear.

Vidare kan ein sjå på utsegn 2;

*«Hvis den jeg snakker med er svært negativ til noe jeg selv brenner for, hender det ofte at jeg trekker meg litt tilbake og prøver å forstå hva den andre mener.»*,

som er plassert på -4. På den eine sida kan plasseringa av utsegn 2 stadfeste at faktor 3 kan vere utålmodig, då det verkar som om faktor 3 ikkje ynskjer å bruke tid på å la den andre forklare kva han eller ho meina. Samstundes opnar det også opp for nye aspekt, då ein kan få inntrykk av at faktor 3 har sterke meiningar som ein tør å stå for. Ut frå dette vil eg danne ei ny hypotese:

Hypotese 3: Faktor 3 står for egne meiningar uavhengig av kva andre tenker.

Utsegn 3;

*«Jeg kommer lett overens med folk, og synes at nye ideer og metoder både er spennende og interessante å snakke om.»*

er plassert på 3+. Her kan det virke som om faktor 3 synes det lett å snakke med andre, og at det kan vere både givande og interessant. Samtidig stadfestar utsegn 3 hypotese 2, som går ut på at faktor 3 er open for nye tankar og idear. Her vil eg kome med ei ny hypotese:

Hypotese 4: Faktor 3 synes det er interessant å snakke med andre kollegaer.

Ser ein på utsegn 5;

*«En engasjert og opphetet diskusjon er bra, så lenge jeg opplever fremdrift.»*

som er plassert på 0, kan ein få nye tankar rundt hypotese 1 om framgang. Her kan ein sjå at det å få framgang i ting ikkje er til ein kvar pris. Ein kan få ei kjensle av at faktor 3 ikkje tykkjer at diskusjonar alltid er like fruktbare. Ut frå dette ynskjer eg å danne ei ny hypotese:

Hypotese 5: Faktor 3 synes ikkje at diskusjonar nødvendigvis er positivt.

Etter å ha gått gjennom utsegn for utsegn fann eg mange utsegner som stadfestar alle hypotesene som vart danna under analysen, med unntak av hypotese 3. Eg fann utsegn som kunne støtte hypotese 3, men sidan alle utsegnene sentrerte seg rundt -1 og 1+ syntes eg det blei for vagt grunnlag for å la hypotesen stå, då utsegner i 0-området står i bakgrunn med lite signifikant kraft. Som eg har sagt ved forkasting av tidlegare hypotesen kan også denne hypotesen stemme, sjølv om eg her har vald å leggje den til sides. For å lage ei klårare oversikt over dei ulike hypotesene, har eg som ved dei førre faktorane organisert hypotesene med utsegn som støttar hypotesen i egne tabellar.

**Tabell. 4.8** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 1 for faktor 3.

---

**Hypotese 1:** *Faktor 3 er litt utålmodig og ynskjer framgang.*

---

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>15</b>	Brukes det for lang tid på å komme frem til poenget under en samtale, blir jeg fort utålmodig. Det er ikke alt man trenger å drøvtygge.	5+
<b>16</b>	I samtaler på jobb er det viktig for meg å holde meg til tema og komme frem til en løsning så fort som mulig. Man har ikke så god tid når man er på jobb, så da er det viktig å bruke tiden godt.	1+
<b>17</b>	Det å kunne snakke om et tema som man kan fordype seg skikkelig i, er for meg en god samtale.	-1
<b>31</b>	Under samtaler på jobb bruker jeg ofte å være den som passer på å få frem alle detaljer og at man ikke går for fort frem. For meg er det viktig å følge prosedyrer og retningslinjer.	-3

---

I tabell 4.8 kan ein sjå at faktor 3 kan verte litt utålmodig om samtalen vert for langdryg. I nokre samtalar kan faktor 3 ynskje meir framgang. Det er med andre ord mest sannsynlig at faktor 3 er den som prøvar å få litt framgang i samtalen, og ikkje lenar seg tilbake og tek seg god tid til å fordøye det som vert snakka om.

**Tabell. 4.9** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 2 for faktor 3.

---

**Hypotese 2:** *Faktor 3 er open for nye tankar og idear.*

---

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>12</b>	I samtaler blir det altfor ofte fokusert på ting man kan endre. Jeg synes at ting er fint akkurat som det er, og har ikke behov for å fornye alt.	-5
<b>13</b>	I samtaler foretrekker jeg å snakke om det jeg kjenner til fra før, og gjøre det beste ut av det som allerede finnes, fremfor stadig å lete etter nye alternativ.	-4

---

<b>23</b>	Når jeg har samtaler med kollegaer, er det ikke viktig for meg å vite hvor hen samtalen bærer før man starter den. Det er spennende å høre andres perspektiver og tanker.	3+
<b>40</b>	Det er ikke problematisk for meg å delta aktivt i en samtale med andre som kommer med nye ideer. Jeg er åpen for ting som både er nytt og ukjent, selv om det av og til kan være litt forvirrende.	2+

I tabell 4.9 kjem det tydeleg fram at faktor 3 er open for nye tankar og idear. Det verkar som om nyskaping er både spanande og interessant, og at det er viktig for faktor 3 at det er opent for å tenke nytt. Ein kan forbetre det meste, og evna å sjå forbettringspotensialet i ting verkar sentralt for faktor 3.

**Tabell. 4.10** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 4 for faktor 3.

**Hypotese 4:** *Faktor 3 synes det er interessant å snakke med andre kollegaer.*

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>19</b>	Jeg er ikke den som roper høyest og oftest tar initiativ til samtaler på jobb, men jeg synes det er interessant å snakke med andre kollegaer når det først skjer.	3+
<b>22</b>	For meg er det inspirerende å snakke med andre. Jeg blir ofte engasjert, og synes det er godt med forum der man har faste strukturer og rammer å forholde seg til.	3+
<b>34</b>	For meg er ikke samtalene på jobb noe jeg anser som spennende og givende. Slike samtaler har jeg heller med venner og bekjente.	-3
<b>36</b>	På jobb bruker jeg å lytte og vise hensyn til den jeg snakker med. Jeg tror at alle har noe interessant å komme med, så lenge man får mulighet til å si det man har på hjertet.	2+

I tabell 4.10 kan ein sjå at faktor 3 kanskje ikkje alltid er den som tek initiativ til samtalar på jobb. Likevel kan ein sjå at samtalar på jobb er både interessante og givande for faktor 3. Det verkar som om faktor 3 har trua på at dei fleste har noko interessant å kome med, og erfarer å ha mange spanande samtalar med andre kollegaer.

**Tabell. 4.11** Oversikt over utsegn som stadfestar hypotese 5 for faktor 3.

---

**Hypotese 5:** *Faktor 3 synes ikkje at diskusjonar nødvendigvis er positivt.*

---

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering</b>
<b>5</b>	En engasjert og opphetet diskusjon er bra, så lenge jeg opplever fremdrift.	0
<b>26</b>	Diskusjoner i et høyere tempo med raske ordvekslinger er både forfriskende og positivt. Siden jeg er konkurranseorientert blir det et pluss når jeg kan få testet hvor overtalende og utholdende jeg kan være.	-3
<b>27</b>	Ved diskusjoner og uenigheter prøver jeg først og fremst å redusere konflikter og fokusere på samarbeid.	2+
<b>28</b>	Det er lett å bli provosert av andre i diskusjoner når de oppleves som firkantet og holder på sitt. Fleksibilitet er viktig for meg.	4+

---

I tabell 4.11 kan ein sjå at faktor 3 ikkje alltid tykkjer at diskusjonar har noko positivt føre seg. Ser ein til dømes på hypotese 1, der ynskje om framdrift verka sentralt, i samanheng med ein oppheta diskusjon, så vert ikkje framdrifta like viktig. Det verkar som om det kan vere lett å bli provosert og oppgitt ved diskusjonar på jobb, og at det difor er viktigare for faktor 3 å redusere konflikta, framfor å delta i og simulere dei.

Ut i frå analysen kan ein hevde at faktor 3 likar framgang, og kan verte utålmodig om samtalar går litt seint framover. Sjølv om faktor 3 likar framgang, er faktor 3 open for nye tankar og idear. Det er både interessant og spanande for faktor 3 å samtale med andre kollegaer, og samtalar på arbeidsstaden kan vere givande. Når det kjem til diskusjonar verkar det som om faktor 3 ikkje alltid tykkjer at det har noko positivt føre seg, og vil heller redusere konflikta enn å delta aktivt i dei.

#### 4.4 Fellestrekk og skilnader ved faktorane

Det er ei rekkje utsegn som skil seg ut hjå dei ulike faktorane (sjå vedlegg 7, Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 1; vedlegg 8, Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 2; vedlegg 9, Diskriminerande utsegn, «distinguishing



statements», for faktor 3 ). Samstundes er det nokon utsegn ein kan sjå på som fellestrekk for faktorane. Her kan ein sjå at nokon av dei utsegnene som skil faktoren frå dei andre, er med på å verifisere nokon av hypotesene. Det kan ein til dømes sjå i vedlegg 4 der både utsegn 17 og 42 markerar signifikant forskjell mellom faktor 1 og dei andre faktorane, og samstundes er med på å støtte hypotese 1. Sjølv om dette ikkje gjeld alle utsegnene, treng ikkje det å bety at tolkinga som er gjort over er feil eller mangelfull. Om ein tek utgangspunkt i dei utsegnene som blir trekt fram som skilnadar ved faktorane, er det lett å la dette inntrykket overskygge viktig informasjon som ein kan få fram ved å nytte metoden eg omtala ovanfor (crib sheet). I etterkant kan det likevel vere nyttig å sjå over desse utsegnene for å sjå om dei kan gje noko ny eller støttande informasjon kring hypotesene ein har danna.

Dei utsegnene som er utheva som felles mellom faktorane kan ein sjå i tabell 4.12.

**Tabell. 4.12** Oversikt over utsegn er felles mellom faktorane.

<b>Nr.</b>	<b>Utsegn</b>	<b>Plassering faktor 1</b>	<b>Plassering faktor 2</b>	<b>Plassering faktor 3</b>
<b>10</b>	Gjennom samtaler er det bedre å bli god på det man allerede gjør, fremfor å blande inn mange nye ting. Det er ikke om å gjøre å finne opp kruttet på nytt.	-1	0	-1
<b>29</b>	Under en samtale synes jeg at det er viktigere å gå grundig inn i temaet det blir snakket om, fremfor å lete etter nye måter å gjøre eller se ting på.	-1	-1	-3
<b>40</b>	Det er ikke problematisk for meg å delta aktivt i en samtale med andre som kommer med nye ideer. Jeg er åpen for ting som både er nytt og ukjent, selv om det av og til kan være litt forvirrende.	+2	+1	+2

I tabell 4.12 kan ein ut frå plasseringa av utsegnene, tenkje seg at det ikkje er stor motstand mellom faktorane med tanke på endring og nye måtar å gjere eller sjå ting på. Likevel ser ein at faktor 3 mogleg kan skilje seg litt meir ut, då faktor 3 har plassert utsegn 29

på -3, kontra dei to andre faktorane som har plassert utsegn 29 på -1. Ut frå analysen over er det slik at eg har mellom anna tolka faktor 3 som open for nye tankar og idear. Dette treng ikkje å bety at faktor 1 og 2 ikkje er det, men at det kom tydelegare fram hjå faktor 3.

I det neste kapittelet vil eg sjå nærare på analysen eg har gjort av dei tre faktorane, i lys av teori. Då vil eg sjå korleis analysen som eg nettopp har presentert høver i forhold til kjerneteorien som eg presenterte i kapittel 2, samt anna høvande teori. Sidan Q-metoden er ein forskingsmetode som er knytt til abduksjon, vil eg mogleg i neste kapittel sjå om eg har oppdaga noko nytt.

## Kapittel 5 Drøfting av faktorane i lys av teori

I dette kapittelet skal eg sjå nærare på analysen min av faktorane i lys av teori. For å kunne gjere dette, vil eg fyrst og fremst byrja med å sjå på teorien som ligg til grunn i den eksperimentelle designen min. I designen finn ein effektane kommunikasjonsstil, reaksjon og drivkraft. Gjennom designen har eg prøvd å fange opplevingane av kommunikasjon på arbeidsstaden for arbeidstakarar ved ein skuleorganisasjon. Sjølv om dei tre effektane er hovudteorien som ligg til grunn, vil eg også sjå på andre teoriar, då det er fleire aspekt kring kommunikasjon som har kome fram gjennom analysen. I følgje Owen Hargie (2006) har behovet for såkalla mellommenneskelege kommunikasjon mellom fagfolk, som brukar store delar av arbeidslivet sitt til interaksjon andlet til andlet med andre, auka i takt med samfunnet si utvikling. Herunder fell mange arbeidsgrupper, og då også menneske som arbeidar i skuleorganisasjonar. I ein skulekvardag er ein ikkje berre i kontakt med andre kollegaer, men også skuleborn, samt føresette. Tidlegare har opplæringa av slike fagpersonar i stor grad dreia seg kring fagspesifikk kunnskap, men i nyare tid har også mellommenneskeleg kommunikasjon vorte sett fokus på (Hargie, 2006). Ein kan lett tru at yrkesgrupper, som til dømes lærarar, er over gjennomsnittet gode til å kommunisere, då ein ofte driv med kommunikasjon i opptil fleire timar dagleg i klasserommet. Hargie (2011) hevdar at i møte med andre er vi som på ei scene, og gjev andre ei framsyning deretter. Denne framsyninga er forskjellig frå korleis ein opptrer bak i kulissene. I kva grad ein syner den verkelege seg, varierar frå person til person. Det er i tillegg forskjell på kva ein sjølv og andre ser, kva berre andre ser, kva ein skjuler for andre og kva som er der, men som ingen har kjennskap til. Denne modellen er omtala som Johari sitt vindauge, og syner fleire dimensjonar av sjølvvet (Hargie, 2006; Luft og Ingham, 1955).

---

	<b>Kjend for seg sjølv</b>	<b>Ukjend for seg sjølv</b>
<b>Kjend for andre</b>	A	B
<b>Ukjend for andre</b>	C	D

---

**Figur. 4.1** Johari sitt vindauge.

Ein kan altså tenkje seg at deltakarane som har sortert utsegnene har forskjellig storleik på dei ulike vindauga. For dei som nyttar sjølvavsløring i stor grad, vil kanskje Vindaug A vere større enn nokon av dei andre. Om ein held mykje attende, vil til dømes vindaug B og C vere større. Denne figuren opnar opp for at ein kan ha ein stor del av seg sjølv som er kjend for andre, men som ein ikkje kjenner så godt til sjølv. I studien min har eg prøvd å få svar på korleis ein opplev kommunikasjonen på arbeidsstaden. Deltakarane har sortert utsegnene ut frå korleis dei kjenner både seg sjølve og andre. Det er med andre ord vanskeleg for deltakarane å ha med vindaug B og D bevisst under sorteringa. Ein kan til dømes sjå på seg sjølv som aktiv og engasjert i samtalar med andre, medan andre kanskje oppfattar ein som dominerande og vanskeleg å nå fram til. I analysen min kom eg fram til og valde ei trefaktorløyising som representerer tre ulike syn på kommunikasjonen på den same arbeidsstaden. Her kan ein sjå at sjølv om det er same arbeidsstad, så er det forskjellar på korleis ein ser på både seg sjølv og andre i kommunikasjonsbiletet.

### 5.1 Faktor 1 – Den trygge og opne

Ut frå analysen kom det fram at faktor 1 verka både open og trygg på eigne meiningar i samtalar med andre. Det å bruke god tid på samtalar var viktig, samt at det verka som om faktor 1 synest andre kan bidra med spanande og interessante innspel i samtalen.

Konfliktaspektet verka det som faktor 1 forsøkte å dempe ned og unngå, men ikkje på ein slik måte at faktor 1 vil unngå ein konflikt for ein kvar pris. Ser ein dette i tråd med kjerneteorien kan det verke som om faktor 1 nyttar ei blanding av kommunikasjonsstilar. Ein kan kjenne at SG-stilen gjennom det opne og trygge, og då sjå det i samanheng med å vere god til å samarbeide med andre og vise omsyn til andre sine behov gjennom å bruke god tid på samtalar. Sidan det verkar som om faktor 1 synest at andre kan ha mykje interessant å kome med, vil faktor 1 mogleg vere ein god samarbeidspartnar sidan faktor 1 er interessert og lyttar. CT-stilen verkar ikkje å vere så sterk hjå faktor 1 då noko av kjenneteikna ved denne stilen er evna til å få ting starta og slutta på ein rask måte, og faktor 1 vektlegg det å bruke god tid. Likevel kan det vere at faktor 1 har noko av CT-stilen i bruk, nett fordi faktor 1 verkar trygg på eigne meiningar og kan gå i ein konflikt om det er naudsynt. CH-stilen på si side er også noko tvitydig i forhold til faktor 1. På den eine sida er ikkje CH-stilen noko som vert brukt for å søkje etter det nye, då ein heller ivrar etter å ta omsyn til det ein allereie har. Her passar ikkje faktor 1 heilt inn, då faktor 1 har gitt eit tydeleg inntrykk av å nettopp vere open for det

nye. Men i krisesituasjonar vil CH-stilen halde seg roleg om det skulle eskalere. Dette kan minne om det som kom fram under konfliktaspektet, der faktor 1 vil forsøkje å dempe ned og unngå ei konflikt. Det at faktor 1 er både trygg og open, samt likar å bruke god tid på samtalar tykkjer eg passar betre i AD-stilen. AD-stilen vil få andre til å bli interessert i nye idear, halde seg orientert om andre sine tankar og kjensler, gå lett og open fram og lette spenningar i seriøse situasjonar, samt danne eit kompromiss som alle kan seie seg nøgd med. Ut frå dette vil eg tenkje at både SG-stilen og AD-stilen står sterkast hjå faktor 1 (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Når det kjem til korleis faktor 1 reagerer i møte med andre vil eg gjennom analysen tenkje at faktor 1 ser på samtalepartnarane sine som subjekt. Det at faktor 1 er open og trygg på seg sjølv, samtidig syner interesse for den andre, vil slik eg ser det vere eit godt utgangspunkt for å unngå å hamne i boksen, der ein er meir i sitt eige enn empatisk tilstades hjå andre (The Arbinger Institute, 2008). Samstundes vil kanskje ikkje faktor 1 ha like lett for å bli eit offer for attribusjonsfeil i samtale med kollegaer (Myers, 2008). Sjølv sagt er det sannsynleg at faktor 1, på lik linje med alle andre menneskje, kan undervurdere påverknaden av situasjonen, men eg vil tru at faktor 1 vil vere betre rusta gjennom å vere open og bruke god tid på samtalar med andre kollegaer til å sjå den andre, støtte gode samtalar (SG-stil) og tilpasse seg situasjonsfordringane (AD-stil) (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Den siste effekten i designen min gjekk ut på kva drivkraft som ligg bak kommunikasjonen. For faktor 1 er det klårt at endring ikkje verkar truande eller forstyrrende, og at faktor 1 gjennom å vere open heller søkjer det opne og ukjende. Ein får eit inntrykk av at faktor 1 ser på endringsaspektet som positivt (Kvalsund og Meyer, 2005). Watzlawick et al. (2011) nemner at det er to måtar å endre noko. Om ein endrar noko innanfor rammene kan ein risikere å få eit resultat som ikkje er noko betre enn utgangspunktet, og kan mogleg opplevast som verre. Det å gå utanfor rammene treng ikkje vere ulogisk, då ein kan sjå logikken i det i den større samanhengen. Faktor 1 verkar gjennom sin openheit å ha potensial til å kunne utforske utover rammene, noko som igjen kan verke positivt for ei verksemd som stadig er i endring.

Til slutt kan ein sjå på Johari sitt vindauge som eg nemnde innleiingsvis. Her kan ein tenkje ut frå analysen at faktor 1 har eit stort vindauge A, sidan faktor 1 verkar open og likar å ta seg god tid i samtalar med andre. Gjennom gode, lange samtalar med andre kan ein bli

betre kjend med seg sjølv (Hargie, 2006; Luft og Ingham, 1955). Swensen (1973) hevdar at ein får ei konstruktiv sjølvutvikling gjennom positiv interaksjon med andre, der interaksjonen verkar tilfredstillande. Faktor 1 kan altså gjennom ein positiv interaksjon med andre kollegaer oppleve ei konstruktiv sjølvutvikling, noko som igjen får vindaug A til å verte større. Gjennom positiv kommunikasjon og sjølvutvikling vil altså det som er kjend for både faktor 1 og andre verte større (Hargie, 2006; Luft og Ingham, 1955).

## 5.2 Faktor 2 – Den likegyldige og konkrete

Ut i frå analysen kom det fram at faktor 2 ikkje snakka like godt med alle kollegaer. Det var ikkje først og fremst kollegane faktor 2 hadde dei givande og djupaste samtalan med. Det verka òg viktig for faktor 2 at det ikkje blei nytta for mange ord i samtalar. Skulle samtalepartnaren snakke om noko som var langt frå det opphavlege temaet og faktor 2 ikkje fekk med seg alt, verka det som om faktor 2 lett kunne miste interessa for samtalen. Ser ein dette i tråd med kjerneteorien, kan det verke som om det er berre éin kommunikasjonsstil som kjem klart fram hjå faktor 2. CT-stilen kjenneteiknast ved at ein får ting starta og avslutta på ein rask måte. Her kan ein sjå det i samanheng med at faktor 2 ikkje likar for mange ord i samtalar, og at ein kan lett miste interessa om ein ikkje får med seg alt. Ein kan tenkje seg at det er ei utålmodigheit som ligg til grunn, noko som CT-stilen av og til, og særlig i motgang, kan opplevast som. Det har ofte vore nytta ei skisse av CT-stilen der ein som brukar stilen mykje, er den som ville ha sett av garde til Amerika med ein gong, framfor til dømes CH-stilen og SG-stilen som ville ha dekkja andre behov først. Det er ikkje slik at om ein nyttar CT-stilen mykje som kommunikasjonsstil at ein er uansvarleg og tar heilt av, men at ein likar å kome raskt i gang og få ting gjort. Slik eg ser det er det denne stilen eg hovudsakelig kjenner att gjennom analysen av faktor 2. SG-stilen på si side er veldig sterk på det med samarbeid og omsyn til andre sine behov. I analysen fekk ein inntrykk av at faktor 2 ikkje snakka like godt med alle kollegaer, og då kan ein tenkje seg at det ikkje alltid er like lett å samarbeide eller ta omsyn til andre sine behov om kommunikasjonen ikkje er tilfredstillande. CH-stilen, sjølv om den óg er oppgåveorientert, er meir den rolege og forsikrar seg om at alle områder er dekt. Dette blir meir ein kontrast til CT-stilen, og eg opplever at faktor 2 er meir utålmodig og har ynskje om effektivitet, framfor å gå for grundig inn i eit tema. AD-stilen likar mellom anna å halde seg orientert om andre sine tankar og kjensler. Sidan faktor 2 ikkje snakkar like godt med alle kollegaer, og verkar meir likegyldig, vil ikkje dette passe heilt. Det emosjonelle

aspektet verka heller ikkje å vere noko som faktor 2 erfarte som viktig under kommunikasjon med kollegaer. Ein kan i tillegg tenkje seg at faktor 2 ikkje ville brukt tid på å danne kompromiss slik at alle kan seie seg nøgde i pakt med AD-stilen, då ein får inntrykk av at faktor 2 er meir likegyldig (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Korleis ein reagerer i møte med andre kollegaer, vil eg tenkje at faktor 2, på lik linje med andre, har moglegheit for å hamne i boksen. Dette er på grunn av det likegyldige aspektet som har kome fram, samt at det verkar som om faktor 2 ikkje snakkar like godt med alle kollegaer (The Arbinger Institute, 2008). Det at faktor 2 ikkje har dei mest givande og djupaste samtalane med kollegaer kan mogleg føre til at ein ikkje får den same moglegheita til å unngå attribusjonsfeil, då ein ikkje brukar god nok tid til å kunne avdekkje disse. Om ein blir for utålmodig og ikkje klarar å følgje med om det blir for mange ord, kan det bli lett for at ein heller dannar eigne sanningar sjølv, framfor å opne opp for å gå grundigare inn i ein situasjon for å få ein betre og meir heilskapleg forståing av den. Dette betyr sjølvsagt ikkje at faktor 2 alltid undervurdera påverknaden av situasjonen, men eg vil tru at det er moglegheiter for at det kan skje i jobbsamanheng, nett fordi ein er rask og utålmodig (Myers, 2008). På den andre sida er CT-stilen svært orientert mot kva som er saken i sin kjerne og vil slå ein slutt i alt, ut frå dei faktorane som vil bidra til løysing, truleg òg situasjonen (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Vidare kan ein sjå på kva drivkraft som ligg bak kommunikasjonen. Slik eg tolkar min eigen analyse av faktor 2, så kjem ikkje det klårt fram om endring verkar truande eller forstyrrende, eller om ein er søkjande mot det opne og ukjende. Visst ein legg til grunn at ein treng både tid og djupne til å kunne verkeleg søkje det opne og ukjende, vil nok faktor 2 mogleg ikkje nå heilt opp. Sidan faktor 2 ikkje likar mange ord og det at nokon går for langt ut over temaet, vil kanskje indikere at ein ikkje likar om nokon tek ein ut mot det ukjende. Det kan tenkjast at det er meir trygt om ein held seg til temaet og er kort og presis, og at faktor 2 difor ikkje har drivkrafta mot det som ikkje er prediktivt (Kvalsund og Meyer, 2005). Ser ein på CT-stilen vil ein òg kunne hevde at den er meir konvergent enn divergent i sin natur, nett fordi ein søkjer å nå mål og vere effektiv, heller enn å bruke tid på utforsking og nøye planlegging, som er meir kjenneteikn for CH-stilen (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

Om ein ser faktor 2 i lys av Johari sitt vindaage, kan ein tenkje seg at i jobbsamanheng er vindaage B, C og D noko større enn vindaage A. Dette fordi faktor 2 ikkje snakkar like godt med alle kollegaer, og ikkje har kollegaer som samtalepartner for djupe og interessante samtalar (Hargie, 2006; Luft og Ingham, 1955). Sidan faktor 2 verkar meir lukka, kan dette føre til at det blir vanskelegare med sjølvutvikling, då ein ikkje har samtalar der ein kan bli bevisst på ting ved seg sjølv. Sidan den positive interaksjonen med andre på arbeidsstaden ikkje alltid er tilstade, kan det gje grunnlag for å seie at faktor 2 ikkje opplever konstruktiv sjølvutvikling på arbeidsstaden (Swensen, 1973).

### 5.3 Faktor 3 – Den nyskapande og sosiale

Ut i frå analysen fekk ein inntrykk av at faktor 3 likte framgang, og kunne verte utålmodig om samtalanane gikk litt seint framover. Sjølv om framgangsaspektet var sterkt, verka likevel faktor 3 open for nye tankar og idear. Det verka både interessant og spanande for faktor 3 å samtale med andre kollegaer, og samtalar på arbeidsstaden kunne vere givande. Når det kjem til diskusjonar, kunne det sjå ut til at faktor 3 ikkje alltid tykkjer at det hadde noko positivt føre seg, og ville heller redusere ein konflikt framfor å delta aktivt i ein. Ser ein dette i tråd med kjerneteorien kan det verke som om faktor 3 nyttar ei blanding av kommunikasjonsstilar på arbeidsstaden. SG-stilen har mellom anna fokus på å samarbeide med andre og ta omsyn til andre sine behov. Dette kan ein tenkje seg passar for faktor 3, då ein ser at faktor 3 er open, synes at det er spanande og interessant å snakke med andre kollegaer, samt syns samtalar på arbeidsstaden kan vere givande. CT-stilen kan ein også kjenne att gjennom ynskje om framgang, og det at faktor 3 kan verte utålmodig om samtalanane har lite framdrift. I tillegg kan ein sjå likskapstrekk med CH-stilen gjennom at faktor 3 held seg roleg om ein situasjon skulle eskalere. Her ser ein at det kan vere ein veksling mellom motpolane CT-stil og CH-stil, der faktor 3 ynskjer framgang og kan vere utålmodig, samstundes som diskusjonar ikkje alltid har noko positivt føre seg, og vil heller redusere ein konflikt framfor å delta aktivt. Det kan òg tyde på at faktoren skiftar stil i motgang. Det at faktor 3 er open for nye idear kan ein kjenne att i AD-stilen. AD-stilen tek i tillegg omsyn til andre sine tankar og kjensler, noko ein får inntrykk av at faktor 3 òg gjer, gjennom å vere open i samtale med andre kollegaer. Ein ser også at AD-stilen lettar spenningar i seriøse situasjonar, noko som på den eine sida kan sjåast i tråd med faktor 3 sitt ynskje om å redusere konflikt, eller på den andre sida at faktoren



skiftar stil ved motgang (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

I møtet med andre kollegaer verkar det som om faktor 3 reagerer på samspelet med desse ved å sjå dei som subjekt. Gjennom å vere genuint interessert i det andre kollegaer har å kome med, samtidig som ein tykkjer at det er spanande og givande å ha slike samtalar, vil faktor 3 ha vanskeleg for å sjå den andre som objekt. Det er svært vanskeleg å ha ein givande samtale med nokon ein ikkje ser som eit subjekt (The Arbinger Institute, 2008). Det vil også vere lite sannsynleg at faktor 3 ofte er prega av attribusjonsfeil, då ein har ei positiv og open haldning til den andre, og vil gjennom samtalar kunne avdekkje påverknaden av situasjonen. Likevel kan det vere eit svakt punkt om faktor 3 har for sterkt fokus på å redusere ei konflikt, framfor å opne opp for kva som kan liggje bak. I konfliktsituasjonar kan det altså vere meir sannsynleg at faktor 3 vert råka av attribusjonsfeil, framfor i rolege kvardags- og normalsituasjonar (Myers, 2008).

Kjem ein til drivkrafta som ligg bak kommunikasjonen, vil eg sjå på faktor 3 som ein som vil søkje det opne og ukjende. Sjølv om faktor 3 har eit sterkt behov for framdrift, kom det likevel tydeleg fram at faktor 3 er open for nye tankar og idear (Kvalsund og Meyer, 2005). Faktor 3 verkar i likskap med faktor 1 å ha potensial til å kunne utforske utover rammene, gjennom si openheit, som når ein jamfører med Watzlawick et al. (2011) sine teoriar om endring, kan verke positivt for ei verksemd som stadig er i endring.

Tek ein utgangspunkt i Johari sitt vindauge, kan ein tenkje seg at vindauge A er noko større enn dei andre vindauga, i likskap med faktor 1. Det at faktor 3 er open og synes det er givande å samtale med andre kollegaer, vil kunne bidra til at både ein sjølv og kollegaene blir kjend med kvarandre. Det som kan vere med som ei hindring for faktor 3 er om ynskje om framgang vert nytta i overdriven form. Om ein blir for utålmodig under ein samtale er ikkje det sikkert at ein får like mykje utbytte av den som ein kanskje ville fått om ein hadde tatt seg litt betre tid (Hargie, 2006; Luft og Ingham, 1955). Likevel så kan faktor 3 oppleve ei konstruktiv sjølvutvikling i tråd med det Swensen (1973) nemner. Det at faktor 3 kan ha ein positiv interaksjon med andre der interaksjonen er tilfredstillande og sikrar framdrift i samtalane, vil altså kunne føre til at ein kan oppleve ei konstruktiv sjølvutvikling (Swensen, 1973).

#### 5.4 Kva har dette å seie for verksemda?

For ei verksemd vil kommunikasjonen på arbeidsstaden vere av viktig karakter, spesielt for leiaren. Ein leiar sitt ansvar er mellom anna å gjere produktiv bruk av ressursar. Gjennom å kjenne til kva kommunikasjonsstilar dei tilsette brukar, både i motgang og medgang, vil ei verksemd kunne få utnytta ressursane fullt ut. Her er det viktig å presisere at det ikkje er snakk om å kategorisere dei tilsette, men om mogleg kan ein setje saman ulike team som dekkjer alle kommunikasjonsstilane for å oppnå gode resultat. Det kan sjølvsagt vere fristande å setje saman eit team som går av seg sjølv, og som ikkje har noko form for utfordringar seg i mellom, men då kan ein òg risikere at ein får eit einsretta fokus. Ei gruppe kan til dømes oppleve at ein ikkje kjem nokon veg, for ein ikkje har ein som set ting i gang blant seg. Det er ikkje alltid slik at like born leikar best (Kvalsund og Meyer, 2005).

Slik eg ser det så tyder det at deltakarane som sorterte representar ulike kommunikasjonsstilar, noko som er ei stor styrkje for verksemda. Faktor 1 på si side verkar som ein representant for SG-stilen og AD-stilen. Faktor 2 representerer CT-stilen, medan faktor 3 representerer SG-stilen og CT-stilen, og mogleg CH-stilen i motgang. Alle stilane representerer styrker, men kan ha nytte av bevisstgjerung om overdrivingar, underdrivingar og blindsoner. Sjølv om ein ser at dei tilsette representerer fleire ulike kommunikasjonsstilar, kan ein likevel påpeike mangelen på CH-stilen i medgang. Sjølv om ein ikkje er vand med å nytte denne stilen til vanleg, kan ein gjennom bevisstgjerung passe på at områda CH-stilen normalt ville dekkja, vert dekt. CH-stilen kjenneteiknast mellom anna med å tenkje før ein handlar, og gjere det beste ut frå det ein allereie har. Om ein stadig er opptatt av det nye, kan ein altså lett sjå seg blind på ressursar som faktisk er tilstade, men som kanskje berre treng å børstast støv av. Ein som nyttar CH-stil vil gjennom kartlegging kunne sjå kva ein har, slik at ein har eit utgangspunkt å jobbe vidare ut frå. Sjølv om stilen representerer resultatorientering, er det å vere nøyaktig noko som står sterkt hjå denne stilen. Nokon kan kanskje oppleve denne stilen som ei brems om ein sjølv er veldig open og svevande i søken etter det nye og ukjende. Gjennom CH-stilen kan ein få balanse ved at denne stilen søker det stabile og forutseiande, der fokuset er å gjere noko grundig og bra, eit steg om gongen (Atkins, 2006; Kvalsund og Meyer, 2005; Katcher og Pasternak, 2002).

I neste og siste kapittel vil eg prøve å samle trådane frå alle dei førre kapitla. Her vil eg reflektere litt rundt det som har kome fram i analysen, samt oppdagingane i dette kapittelet.

## Kapittel 6 Oppsummerande refleksjon

I dette kapittelet skal eg prøve å samle trådane frå dei ulike kapitla i ein oppsummerande refleksjon. Innleiingsvis har eg gjort greie for bakgrunnen for val av tema, samt presentert problemstillinga mi. Eg har introdusert kjerneteorien min i teorikapittelet, og grunnleggjande og gjort greie for kva metode eg har nytt i forskingsprosjektet mitt. Vidare har eg i kapittelet der eg presenterte funn, gått grundig gjennom analysen min av datamaterialet eg har samla inn. Deretter gjennomførte eg i neste kapittel ei drøfting av faktorane i lys av teori. Det eg kanskje sit attende med etter å ha arbeidd meg gjennom materialet i denne oppgåva, er gjerne undringa kring problemstillinga mi:

*«Korleis opplev du kommunikasjonen på arbeidsstaden din?»*

Ut i frå trefaktorløyninga kom det for meg tydeleg fram at opplevinga av kommunikasjonen på arbeidsstaden er delt. Ein kan tenkje at dette er sjølvst, då alle menneskje er unike og opplevinga er individuell. Likevel har altså tre forskjellige syn på kommunikasjon kome fram ut frå undersøkinga mi. Slik eg ser det vil det vere gunstig for ei bedrift å ha kunnskap om kommunikasjonsstilane til dei tilsette, nettopp for å kunne utnytte ressursane fullt ut. Ut frå faktorane kan ein på personnivå mellom anna seie at det er forskjell mellom kor open ein er i kommunikasjonen med andre kollegaer på arbeidsstaden. Det er også forskjell på kor godt ein snakkar med alle kollegaene. Det som ikkje kjem fram er kva som kan påverke kvaliteten på kommunikasjonen. Har ein god nok tid til å snakke saman? Legg omgjevnadane til rette for gode, djupe samtalar? Er det høgt konfliktnivå? For meg kokar dette ned til i kva grad ein har moglegheit, og ikkje minst ynskje, til sjølvutvikling gjennom å søkje det opne og ukjende. Ved gode samtalar på arbeidsstaden kan ein få moglegheit til å utvikle seg sjølv, noko både ein sjølv, kollegaene og verksemda kan få nytte av på lang sikt. Andre menneskje kan gje innspel, nye vinklingar og ei unik moglegheit til å bli bevisst på aspekt rundt ein sjølv, som igjen kan bidra til at ein utviklar seg. Dei fleste bedrifter vil mest sannsynleg ein eller annan gong måtte gå gjennom ein endringsprosess, og vissleiken rundt seg sjølv og eige forhold til det ukjende kan bidra til at ein sjølv og bedrifta kjem lettare og styrka gjennom ein slik prosess. Som vegleiar vil det eg har funne ut hjelpe meg å vere bevisst på dei ulike aspekta rundt kommunikasjon og styrken av sjølvutvikling.

*«Den vise vegleiar leiar meg ikkje inn i sitt eige visdomshus, men leiar meg til min eigen klokskap sin dørterskel» (Kahlil Gibran).*

## Kjeldeliste

### Skriftlege

- Allgood, E. (1997). Person-in-Relation and Q Methodology. *Operant Subjectivity*, Journal of the International Society for the Scientific Study of Subjectivity, oktober 1994/ januar 1995 Vol.18 Nr. 1/2.
- Atkins, S. (2006). *The name of you game*. Los Angeles, USA: Business Consultants Network.
- Brown, S. R. (1980). *Political subjectivity: Applications of Q methodology in political science*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Hargie, O. (2006). *The handbook of communication skills*. USA og Canada: Routledge.
- Hargie, O. (2011). *Skilled interpersonal communication. Research, Theory and Practice*. USA og Canada: Routledge.
- Howard, W.C. (2005). Leadership: Four styles. *Education*, Vol. 126 Nr. 2.
- Johannessen, A., Tufte, P. A. og Christoffersen, L. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Finland: Abstrakt forlag.
- Katcher, A. og Pasternak, K. (2002). *Managing your strengths*. USA: Xlibris.
- Kvalsund, R. og Allgood, E. (2007). Operant Subjectivity. Journal of the International Society for the Scientific Study of Subjectivity, april/juli 2005 Vol. 28 Nr. 3/4.
- Kvalsund, R. og Meyer, K. (2005). *Gruppeveiledning, læring og ressursutvikling*. Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.
- Larsen, R. J. og Buss, D.M. (2008). *Personality psychology*. New York, USA: McGraw-Hill Companies.
- Luft, J. og Ingham, H. (1955). *Proceedings of the western training laboratory in group development*. Los Angeles: UCLA.
- Myers, D. G. (2008). *Social psychology*. New York, USA: McGraw-Hill Companies.

- Smith, N. W. (2001). *Current Systems in Psychology: History, Theory, Research, and Applications*. Belmont, CA.: Wadsworth Thomson Learning.
- Swensen, C.H. (1973). *Introduction to interpersonal relations*. Glenview: Scott, Foresman & Co.
- Teigen, K. H. (2004). *En psykologihistorie*. Bergen: Fagboklaget Vigmostad og Bjørke.
- The Arbinger Institute. (2008). *Leadership and self-deception: Getting out of the box*. USA: Berrett-Koehler Publishers.
- Thorsen, A. A. og Allgood, E. (2010). *Q-metodologi: En velegnet måte å utforske subjektivitet*. Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.
- Watts, S. og Stenner, P. (2012). *Doing Q Methodological Research: Theory, method and interpretation*. London: SAGE Publications.
- Watzlawick, P., Weakland, J. H. og Fisch, R. (2011). *Change: Principles of problem formulation and problem resolution*. USA: W. W. Norton & Company.

## **Internett**

- Schmolck, P. (2002, 29.04.2013). *PQMethod (Version 2.11)*. Henta frå <http://schmolck.userweb.mwn.de/qmethod/pqmanual.htm>.
- Thomas, G. (2010, 30.04.2013). *Doing Case Study: Abduction Not Induction, Phronesis Not Theory*. Henta frå <http://qix.sagepub.com/content/16/7/575>.
- Yu, C. H. (1994, 29.04.2013). *Abduction? Deduction? Induction? Is There a Logic of Exploratory Data Analysis?*. Henta frå [http://www.creativewisdom.com/pub/Peirce/Logic\\_of\\_EDA.html](http://www.creativewisdom.com/pub/Peirce/Logic_of_EDA.html).

## **Liste over vedlegg**

Vedlegg 1 – Q-utval

Vedlegg 2 – Instruksjonsvilkår

Vedlegg 3 – Godkjenning frå NSD

Vedlegg 4 – Avtale mellom forskar og deltakarar

Vedlegg 5 – Oversikt over faktorane i eiga matrise

Vedlegg 6 – Utrekning av eigenverdiar og forklarande varians

Vedlegg 7 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 1

Vedlegg 8 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 2

Vedlegg 9 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 3

## Vedlegg 1 – Q-utval

1. Jeg synes det er irriterende når den jeg snakker med bruker lang tid på å være kreativ og tenke nytt. Ofte kunne man ha kommet mye lenger om samtalen hadde vært mer effektive, og den man snakker med hadde holdt seg til saken.	2. Hvis den jeg snakker med er svært negativ til noe jeg selv brenner for, hender det ofte at jeg trekker meg litt tilbake og prøver å forstå hva den andre mener.	3. Jeg kommer lett overens med folk, og synes at nye ideer og metoder både er spennende og interessante å snakke om.
4. Det som kan dempe engasjementet mitt i samtaler, er når den jeg snakker med er vanskelig å tilfredsstille uansett hvor imøtekommende jeg er.	5. En engasjert og opphetet diskusjon er bra, så lenge jeg opplever fremdrift.	6. På jobb synes jeg at det er vanskelig å stå for meningene mine, da jeg er usikker på hvordan den jeg snakker med kommer til å reagere.
7. I samtaler på jobb synes jeg det er viktig å få frem hva jeg synes om saken. Hvis ikke jeg selv taler min sak, vil ingen andre gjøre det heller.	8. For meg er det ikke vanskelig å tilpasse meg endring, og jeg synes det er artig å snakke med nye mennesker. De som ikke liker endring opplever jeg ofte hemmende i samtaler.	9. Som samtalepartner vil jeg beskrive meg som forståelsesfull og tillitsfull.
10. Gjennom samtaler er det bedre å bli god på det man allerede gjør, fremfor å blande inn mange nye ting. Det er ikke om å gjøre å finne opp kruttet på nytt.	11. På jobb snakker jeg ikke med andre for å ha en dyp og interessant samtale, men først og fremst for å få gitt de beskjeder som skal gis og få ting gjort.	12. I samtaler blir det altfor ofte fokusert på ting man kan endre. Jeg synes at ting er fint akkurat som det er, og har ikke behov for å fornye alt.
13. I samtaler foretrekker jeg å snakke om det jeg kjenner til fra før, og gjøre det beste ut av det som allerede finnes, fremfor stadig å lete etter nye alternativ.	14. Jeg blir sjeldent hissig i diskusjoner. Om jeg kommer i en diskusjon med noen som er usaklig, vinner jeg ofte diskusjonen ved å holde meg til fakta og holde fast ved eget standpunkt.	15. Brukes det for lang tid på å komme frem til poenget under en samtale, blir jeg fort utålmodig. Det er ikke alt man trenger å drøvtygge.
16. I samtaler på jobb er det viktig for meg å holde meg til tema og komme frem til en løsning så fort som mulig. Man har ikke så god tid når man er på jobb, så da er det viktig å bruke tiden godt.	17. Det å kunne snakke om et tema som man kan fordype seg skikkelig i, er for meg en god samtale.	18. Snakker jeg om nye prosjekter og ideer med en kollega, har jeg alltid i tankene om dette er riktig og rettferdig for andre.
19. Jeg er ikke den som roper høyest og oftest tar initiativ til samtaler på jobb, men jeg synes det er interessant å snakke med andre kollegaer når det først skjer.	20. Jeg tar ofte initiativ til samtaler med andre, og liker å ha kontroll over hvordan samtalen utarter seg.	21. Jeg synes ofte at det er travelt å snakke med andre kolleger, da jeg opplever at man bruker altfor lang tid på å diskutere saker.
22. For meg er det inspirerende å snakke med andre. Jeg blir ofte engasjert, og synes det er godt med forum der man har faste strukturer og rammer å forholde seg til.	23. Når jeg har samtaler med kollegaer, er det ikke viktig for meg å vite hvor hen samtalen bærer før man starter den. Det er spennende å høre andres perspektiver og tanker.	24. I samtaler er jeg alltid åpen og mottakelig for alt som måtte komme, selv om den jeg snakker med ikke klarer det samme.
25. Det er utenkelig for meg å delta i en samtale der jeg ikke blir hørt og får si meningene mine.	26. Diskusjoner i et høyere tempo med raske ordvekslinger er både forfriskende og positivt. Siden jeg er konkurranseorientert blir det et pluss når jeg kan få testet hvor overtalende og utholdende jeg kan være.	27. Ved diskusjoner og uenigheter prøver jeg først og fremst å redusere konflikter og fokusere på samarbeid.

28. Det er lett å bli provosert av andre i diskusjoner når de oppleves som firkantet og holder på sitt. Fleksibilitet er viktig for meg.	29. Under en samtale synes jeg at det er viktigere å gå grundig inn i temaet det blir snakket om, fremfor å lete etter nye måter å gjøre eller se ting på.	30. Man må stole på prosessen. I samtaler er det derfor viktig å bruke god tid, slik at alle fakta kommer frem. Det skader ikke å tenke seg om en ekstra gang før man handler.
31. Under samtaler på jobb bruker jeg ofte å være den som passer på å få frem alle detaljer og at man ikke går for fort frem. For meg er det viktig å følge prosedyrer og retningslinjer.	32. I samtaler kan jeg spøke om problemer og uenigheter, da jeg liker å ha et positivt fokus og ta ting med litt humor.	33. Det som er gode samtaler for meg, er samtaler der man har fokus på utvikling og nytenking.
34. For meg er ikke samtaler på jobb noe jeg anser som spennende og givende. Slike samtaler har jeg heller med venner og bekjente.	35. Jeg tar ofte hensyn til økonomi og praktiske løsninger i samtaler om nye prosjekt.	36. På jobb bruker jeg å lytte og vise hensyn til den jeg snakker med. Jeg tror at alle har noe interessant å komme med, så lenge man får mulighet til å si det man har på hjertet.
37. Ryddig, tar ansvar og ikke redd for å si hva jeg mener er ord som beskriver meg i samtaler med andre. For meg er andre som er stille og som snakker lite, vanskelig å snakke med siden de er så uengasjerte.	38. Gode samtaler med kollegaer er viktig, og jeg gir mye av meg selv i samtaler på jobb.	39. Om det kommer mye ny informasjon, og de som snakker går utover temaet, synes jeg det er vanskelig å følge med i samtalen. Det beste for meg er når jeg skjønner alt som blir sagt.
40. Det er ikke problematisk for meg å delta aktivt i en samtale med andre som kommer med nye ideer. Jeg er åpen for ting som både er nytt og ukjent, selv om det av og til kan være litt forvirrende.	41. Skulle noen bli emosjonelle eller komme med meninger som virker ulogiske, mister jeg interessen for å delta i samtalen.	42. Formulerer man seg kort og presist, samt er effektiv, opplever jeg at man har hatt en god samtale.
43. Det å dele det emosjonelle er for meg like viktig som å dele ideer, fakta og handlinger.	44. Det som er spennende med å snakke med andre, er at man kan få innsikt i den andres tanker og ideer.	45. Det er vanskelig å være forståelsesfull i en samtale dersom den andre er negativt innstilt til det som blir sagt.
46. Jeg synes jeg snakker like godt med alle kollegaene mine, og det er ikke vanskelig å ha givende samtaler på arbeidsplassen.	47. Som kollega er det naturlig for meg å vise interesse og omtanke for den jeg snakker med.	48. Jeg blir ofte oppgitt under diskusjoner, spesielt når de er dramatiserende og gjør ting mer alvorlig enn hva de egentlig er.



## Vedlegg 2 - Instruksjonsvilkår

### Q-sortering: Struktur for gjennomføring (48 utsagn)

1. Les først alle utsagnene for å få en oversikt over hele innholdet.
2. Del så utsagnene i 3 noenlunde like grupperinger i samsvar med de betingelser som ligger i instruksjonen.
  - Til høyre: de utsagnene som beskriver deg eller du er enig om
  - Til venstre: de utsagnene som ikke beskriver deg eller du er uenig om
  - I midten: de utsagnene som er mer nøytrale, som ikke gir så mye mening, virker tvetydige, tvilsomme, uklare eller motsigende
3. Du skal nå gjøre mer detaljerte fordelinger, der du skal velge ut tallverdier på hvert utsagn fra en skala på +5 til -5.
4. Først legg ut all utsagnene i gruppa til høyre (de som er lik deg). Les så gjennom dem igjen, og velg ut to utsagn som er mest lik deg. Plasser utsagnet lengst til høyre, +5 i pakt med skjemaets mønster.
5. Deretter gjør det samme med gruppa til venstre (de utsagnene som er mest ulik deg), og plasser deretter de to utsagnene som er mest ulik deg lengst til venstre (-5 i henhold til skjemaets mønster).
6. Gå så tilbake til de utsagnene som er mest lik deg og velg nå 3 som fortsatt er svært lik deg, og plasser dem ved siden av utsagnet som du plasserte lengst til høyre, +4.
7. Gjør nå tilsvarende for den andre gruppa. Velg 3 utsagn, og plasser dem på siden av utsagnet som du plasserte lengst til venstre, - 4.
8. Når du kommer til +3 kolonnen, plasser 4 utsagn først under +3 så 4 under -3. Videre for +-2, +-1 og 0. I rubrikkene mellom -2 til +2 er det de små nyansene som avgjør i hvilken kolonne du plasserer utsagnene. Vær nøye og bruk god tid til å være så nyansert som råd. Pass på at du plasserer riktig antall utsagn i hver rubrikk. Plasserer 5 utsagn under +2, 6 utsagn på -1 og 8 på 0 (se skjemaets mønster).
9. Når du nå har fullført fordelingen og plasseringen, se over den på nytt og avgjør om du er enig med deg selv. Hvis det fortsatt er noe du er misfornøyd med, juster plasseringene slik at du blir fornøyd. Plasser utsagnenes nummer på skjemaet og lever dette.

Lykke til! ☺

## Vedlegg 3 – Godkjenning frå NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS  
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29  
N-5007 Bergen  
Norway  
Tel: +47-55 58 21 17  
Fax: +47-55 58 96 50  
nsd@nsd.uib.no  
www.nsd.uib.no  
Org nr. 985 321 884

Ragnvald Kvalsund  
Institutt for voksnes læring og rådgivningsvitenskap  
NTNU  
7491 TRONDHEIM

Vår dato: 16.01.2013

Vår ref: 32724 / 3 / AH

Deres dato:

Deres ref:

### TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 13.01.2013. Meldingen gjelder prosjektet:

32724	<i>Kommunikasjon på arbeidsstaden</i>
Behandlingsansvarlig	<i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>
Daglig ansvarlig	<i>Ragnvald Kvalsund</i>
Student	<i>Monica Dahl Eide</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

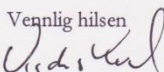
Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

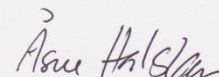
Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 01.07.2013, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

  
Vigdis Namtvedt Kvalheim

  
Åsne Halskau

Åsne Halskau tlf: 55 58 89 26

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Monica Dahl Eide, Herman Krags Veg 26, leilighet 51, 7050 TRONDHEIM

Avdelingskontorer / District Offices

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uia.no  
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no  
TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@sv.uit.no

## Vedlegg 4 – Avtale mellom forskar og deltakarar

### Forespørsel om å delta i sortering i forbindelse med en masteroppgave

Jeg er masterstudent i rådgivning ved NTNU og holder nå på med den avsluttende masteroppgaven. Temaet for oppgaven er kommunikasjon på arbeidsplassen. Jeg er interessert i å finne ut om det er forskjeller og likheter hos de ansatte i en skoleorganisasjon, med tanke på hvordan man opplever kommunikasjonen på arbeidsplassen. For å finne ut av dette, ønsker jeg at 15-20 personer som er ansatt i den utvalgte skoleorganisasjonen, sorterer utsagn i hvilken grad de er lik/ulik den som sorterer. Utsagnene vil dreie seg om hvordan den som sorterer opplever kommunikasjon med andre på arbeidsplassen i ulike situasjoner.

Utsagnene vil hver enkelt sortere og notere ned i en matrise. Navnet til den som sorterer vil være anonymisert, da den som sorterer kan velge seg et fiktivt navn på en navneliste. Noen få av deltakerne kan bli kontaktet i etterkant av sorteringen for et personlig intervju. Det er opp til hver enkelt om man ønsker å delta på dette. Det er frivillig å være med og du har mulighet til å trekke deg når som helst underveis, uten å måtte begrunne dette nærmere. Dersom du trekker deg vil alle innsamlede data om deg bli anonymisert. Opplysningene vil bli behandlet konfidensielt, og ingen enkeltpersoner vil kunne gjenkjennes i den ferdige oppgaven. Opplysningene anonymiseres og sorteringene slettes når oppgaven er ferdig, innen 01.07.13.

Dersom du har lyst å være med på sorteringen, er det fint om du skriver under på den vedlagte samtykkeerklæringen og sender den til meg. Hvis det er noe du lurer på kan du ringe meg på 988 234 66, eller sende en e-post til monicadahleide@hotmail.com. Du kan også kontakte min veileder Ragnvald Kvalsund ved institutt for voksnes læring og rådgivningsvitenskap på telefonnummer 73 59 19 99. Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD).

Med vennlig hilsen

Monica Dahl Eide  
Herman Krags Veg 26  
7050 Trondheim

Klipp her \_\_\_\_\_

Samtykkeerklæring:

Jeg har mottatt skriftlig informasjon og er villig til å delta i studien.

Signatur ..... Telefonnummer.....

## Vedlegg 5 - Oversikt over faktorane i eiga matrise

### Faktor 1:

Instruksjon: Hvordan opplever du kommunikasjonen på arbeidsplassen?

Navn: Faktor 1 \_\_\_\_\_

IKKE LIKT MEG												LIKT MEG
-5	-4	-3	-2	-1	0	1+	2+	3+	4+	5+		
26	6	12	1	10	2	8	17	27	3	9		
34	20	21	4	13	5	14	18	43	36	32		
	41	39	11	19	7	24	22	44	38			
		42	16	29	15	30	23	47				
			25	31	28	33	40					
				48	35	46						
					37							
						45						

### Faktor 2:

Instruksjon: Hvordan opplever du kommunikasjonen på arbeidsplassen?

Navn: Faktor 2 \_\_\_\_\_

IKKE LIKT MEG												LIKT MEG
-5	-4	-3	-2	-1	0	1+	2+	3+	4+	5+		
43	5	24	19	6	1	3	8	14	7	4		
46	26	36	20	18	2	12	9	25	35	15		
	31	37	23	27	10	13	28	32	45			
		41	30	29	11	22	34	47				
			44	33	16	40	39					
				38	17	42						
					21							
						48						

### Faktor 3:

Instruksjon: Hvordan opplever du kommunikasjonen på arbeidsplassen?

Navn: Faktor 3 \_\_\_\_\_

IKKE LIKT MEG												LIKT MEG
-5	-4	-3	-2	-1	0	1+	2+	3+	4+	5+		
12	2	26	7	6	1	16	27	3	28	15		
43	13	29	8	10	4	25	32	19	38	48		
	20	31	11	14	5	30	36	22	39			
		34	24	17	9	33	40	23				
			35	18	21	37	46					
				47	41	45						
					42							
						44						

## Vedlegg 6 – Utrekning av eigenverdi og forklarande varians

### Faktor 1

Spania:  $0,7810 \times 0,7810 = 0,61$

Irland:  $0,7507 \times 0,7507 = 0,56$

Moldova:  $0,7241 \times 0,7241 = 0,52$

Tyskland:  $0,7122 \times 0,7122 = 0,51$

Russland:  $0,6610 \times 0,6610 = 0,44$

England:  $0,5998 \times 0,5998 = 0,36$

Polen:  $0,5727 \times 0,5727 = 0,33$

Sverige:  $0,5537 \times 0,5537 = 0,31$

$0,61 + 0,56 + 0,52 + 0,51 + 0,44 + 0,36 + 0,33 + 0,31 = 3,64$

**Eigenverdien er 3,64 for faktor 1.**

**Forklarande varians:**  $100(\text{EV}/\text{antall personer i studien})$

$100 (3,64/15) = 100 (0,246) = 24,6 \approx 24,6 \%$

### Faktor 2

Italia:  $0,8248 \times 0,8248 = 0,68$

Danmark:  $0,6483 \times 0,6483 = 0,42$

Skottland:  $0,5780 \times 0,5780 = 0,33$

Nederland:  $0,5561 \times 0,5561 = 0,31$

$0,68 + 0,42 + 0,33 + 0,31 = 1,74$

**Eigenverdien er 1,74 for faktor 2**

**Forklarande varians:**  $100(\text{EV}/\text{antall personer i studien})$

$100 (1,74/15) = 100 (0,116) = 11,6 \approx 11,6 \%$

### Faktor 3

Finland:  $0,7930 \times 0,7930 = 0,63$

Island:  $0,5177 \times 0,5177 = 0,27$

Frankrike:  $0,4668 \times 0,4668 = 0,22$

$0,63 + 0,27 + 0,22 = 1,12$

**Eigenverdien er 1,12 for faktor 3**

**Forklarande varians:**  $100(\text{EV}/\text{antall personer i studien})$

$100 (1,12/15) = 100 (0,075) = 7,5 \approx 7,5 \%$

## Vedlegg 7 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 1

### Faktor 1

Nr.	Utsegn	Plassering Faktor 1	Plassering Faktor 2	Plassering Faktor 3
6	På jobb synes jeg at det er vanskelig å stå for meningene mine, da jeg er usikker på hvordan den jeg snakker med kommer til å reagere.	-4	-1	-1
9	Som samtalepartner vil jeg beskrive meg som forståelsesfull og tillitsfull.	5+	2+	0
15	Brukes det for lang tid på å komme frem til poenget under en samtale, blir jeg fort utålmodig. Det er ikke alt man trenger å drøvtygge.	0	5+	5+
17	Det å kunne snakke om et tema som man kan fordype seg skikkelig i, er for meg en god samtale.	2+	0	-1
18	Snakker jeg om nye prosjekter og ideer med en kollega, har jeg alltid i tankene om dette er riktig og rettferdig for andre.	2+	-1	-1
21	Jeg synes ofte at det er travelt å snakke med andre kolleger, da jeg opplever at man bruker altfor lang tid på å diskutere saker.	-3	0	0
24	I samtaler er jeg alltid åpen og mottakelig for alt som måtte komme, selv om den jeg snakker med ikke klarer det samme.	1+	-3	-2
25	Det er utenkelig for meg å delta i en samtale der jeg ikke blir hørt og får si meningene mine.	-2	3+	1+
28	Det er lett å bli provosert av andre i diskusjoner når de oppleves som firkantet og holder på sitt. Flexibilitet er viktig for meg.	0	2+	4+
39	Om det kommer mye ny informasjon, og de som snakker går utover temaet, synes jeg det er vanskelig å følge med i samtalen. Det beste for meg er når jeg skjønner alt som blir sagt.	-3	2+	4+
42	Formulerer man seg kort og presist, samt er effektiv, opplever jeg at man har hatt en god samtale.	-3	1+	0
43	Det å dele det emosjonelle er for meg like viktig som å dele ideer, fakta og handlinger.	3+	-5	-5

## Vedlegg 8 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 2

### Faktor 2

Nr.	Utsegn	Plassering Faktor 1	Plassering Faktor 2	Plassering Faktor 3
4	Det som kan dempe engasjementet mitt i samtaler, er når den jeg snakker med er vanskelig å tilfredsstille uansett hvor imøtekommende jeg er.	-2	5+	0
5	En engasjert og opphetet diskusjon er bra, så lenge jeg opplever fremdrift.	0	-4	0
7	I samtaler på jobb synes jeg det er viktig å få frem hva jeg synes om saken. Hvis ikke jeg selv taler min sak, vil ingen andre gjøre det heller.	0	4+	-2
12	I samtaler blir det altfor ofte fokusert på ting man kan endre. Jeg synes at ting er fint akkurat som det er, og har ikke behov for å fornye alt.	-3	1+	-5
14	Jeg blir sjeldent hissig i diskusjoner. Om jeg kommer i en diskusjon med noen som er usaklig, vinner jeg ofte diskusjonen ved å holde meg til fakta og holde fast ved eget standpunkt.	1+	3+	-1
20	Jeg tar ofte initiativ til samtaler med andre, og liker å ha kontroll over hvordan samtalen utarter seg.	-4	-2	-4
23	Når jeg har samtaler med kollegaer, er det ikke viktig for meg å vite hvor hen samtalen bærer før man starter den. Det er spennende å høre andres perspektiver og tanker.	2+	-2	3+
25	Det er utenkelig for meg å delta i en samtale der jeg ikke blir hørt og får si meningene mine.	-2	3+	1+
27	Ved diskusjoner og uenigheter prøver jeg først og fremst å redusere konflikter og fokusere på samarbeid.	3+	-1	2+
30	Man må stole på prosessen. I samtaler er det derfor viktig å bruke god tid, slik at alle fakta kommer frem. Det skader ikke å tenke seg om en ekstra gang før man handler.	1+	-2	1+
34	For meg er ikke samtaler på jobb noe jeg anser som spennende og givende. Slike samtaler har jeg heller med venner og bekjente.	-5	2+	-3
35	Jeg tar ofte hensyn til økonomi og praktiske løsninger i samtaler om nye prosjekt.	0	4+	-2
36	På jobb bruker jeg å lytte og vise hensyn til den jeg snakker med. Jeg tror at alle har noe	4+	-3	2+

	interessant å komme med, så lenge man får mulighet til å si det man har på hjertet.			
<b>37</b>	Ryddig, tar ansvar og ikke redd for å si hva jeg mener er ord som beskriver meg i samtaler med andre. For meg er andre som er stille og som snakker lite, vanskelig å snakke med siden de er så uengasjerte.	0	<b>-3</b>	1+
<b>38</b>	Gode samtaler med kollegaer er viktig, og jeg gir mye av meg selv i samtaler på jobb.	4+	<b>-1</b>	4+
<b>45</b>	Det er vanskelig å være forståelsesfull i en samtale dersom den andre er negativt innstilt til det som blir sagt.	0	<b>4+</b>	1+
<b>46</b>	Jeg synes jeg snakker like godt med alle kollegaene mine, og det er ikke vanskelig å ha givende samtaler på arbeidsplassen.	1+	<b>-5</b>	2+



## Vedlegg 9 – Diskriminerande utsegn, «distinguishing statements», for faktor 3

### Faktor 3

Nr.	Utsegn	Plassering Faktor 1	Plassering Faktor 2	Plassering Faktor 3
2	Hvis den jeg snakker med er svært negativ til noe jeg selv brenner for, hender det ofte at jeg trekker meg litt tilbake og prøver å forstå hva den andre mener.	0	0	-4
8	For meg er det ikke vanskelig å tilpasse meg endring, og jeg synes det er artig å snakke med nye mennesker. De som ikke liker endring opplever jeg ofte hemmende i samtaler.	1+	2+	-2
13	I samtaler foretrekker jeg å snakke om det jeg kjenner til fra før, og gjøre det beste ut av det som allerede finnes, fremfor stadig å lete etter nye alternativ.	-1	1+	-4
19	Jeg er ikke den som roper høyest og oftest tar initiativ til samtaler på jobb, men jeg synes det er interessant å snakke med andre kollegaer når det først skjer.	-1	-2	3+
25	Det er utenkelig for meg å delta i en samtale der jeg ikke blir hørt og får si meningene mine.	-2	3+	1+
41	Skulle noen bli emosjonelle eller komme med meninger som virker ulogiske, mister jeg interessen for å delta i samtalen.	-4	-3	0
47	Som kollega er det naturlig for meg å vise interesse og omtanke for den jeg snakker med.	3+	3+	-1
48	Jeg blir ofte oppgitt under diskusjoner, spesielt når de er dramatiserende og gjør ting mer alvorlig enn hva de egentlig er.	-1	0	5+