

Studieförbundens institutionella förutsättningar skapar möjligheter på utbildningsmarknaden

Ann-Louise Petersen

This article is about how the Study Associations belonging to Liberal Adult Education (folkbildningen) deal with their role under New Public Management (NPM). Key issues of voluntary organizations are the ideas or the particular nature for which they were created, and which forms the basis for their activities. When introducing competitive markets these ideas risk being bent in order to meet the demands of the market, and the requirements for economic effectiveness. The organization's interplay with the changes of the environment is highlighted through the use of the New Institutional Theory. The rhetorical analysis of the self-images of the Study Associations, as actors of the market of education, show a linguistic usage where they both point out their role as actors of the market of adult education and their ideological affiliation to "folkbildningen". By using the traditional discourse, emphasizing pathos (emotions and values), and combining it with logos (programs to qualify the target group), the Study Associations create a special character or a profile of their education. Instead of a deinstitutionalization of the character of the Study Associations we can see a recycling of the traditional discourse in the new context.

Keywords: New Public management, self-image, voluntary organization, Study Association, Liberal Adult Education, rhetoric analysis, discursive practice, strategic communication

Ann-Louise Petersen, Ph D, Department of Social and Behavioural Studies
University West, Trollhättan
ann-louise.petersen@hv.se

Inledning

Studieförbunden startade en gång i tiden som ett avantgarde där de med hjälp av studiecirkeln och det fritt och frivilliga lade grunden till en ny bildningstradition (Arvidsson, 2005; Gustavsson, 1991; Johansson, 1985). Genom årens lopp har folkbildningens språkbruk, dess särart, levt vidare. Som aktörer på utbildningsmarknaden visar sig studieförbunden återigen som nydanare men denna gång som pedagogiska förnyare inom vuxenutbildningen. Genom att åter aktualisera folkbildningens språkbruk och integrera det med ett utbildningsspecifikt språk omformar man sin traditionella bildningssyn till ett pedagogiskt synsätt inom vuxenutbildningen. I detta synsätt betraktas människan i ett helhetsperspektiv där utbildning förväntas svara upp till olika behov såväl ur mänsklig som ur samhällsekonomisk synvinkel.

Studieförbunden på utbildningsmarknaden

Föreliggande artikel tar sin utgångspunkt i innehållet i min avhandling med titeln ”Marknadsorientering inom folkbildningen – fritt och frivilligt i ett nytt ljus” (Petersen, 2006). Sedan början av 1990-talet har studieförbunden vid sidan om den allmänna folkbildningsverksamheten engagerats i statens satsning på utbildning för arbetslösa. Från början finansierade staten utbildningen för arbetslösa med särskilt riktade bidrag. Efter cirka fem år upphörde bidragen och statens utbildningsansvar decentraliserades till kommunerna. Offentlig sektor omorganiserades efter idéer från New Public Management (Ferlie m.fl., 1996). I samband härmed ersattes det tidigare regelsystemet med mål- och resultatstyrning. Under mer eller mindre marknadsmässiga former har kommunerna tagit över uppgiften som uppdragsgivare för upphandling av en stor del av vuxenutbildningen. Därigenom står såväl frivilliga organisationer som offentliga utbildningsanordnare inför nya premisser vad gäller anpassning efter marknadens behov och krav på ekonomisk överlevnad. Studieförbunden som grundar sig på folkbildningens idé om att vara fri och frivillig har att hantera ett till synes motsägande synsätt. Detta har inneburit att forskare inom folkbildningen har uttalat en skeptisk inställning till att bedriva uppdragsutbildning (Svedberg, 1993; Amnå, 1995; Gustavsson, 2005; Larsson, 2005). Trots det visar resultatet från studien i föreliggande artikel att studieförbunden på ett förhållandevis snabbt och enkelt vis anpassat sig till sin nya aktörsroll på utbildningsmarknaden. Frågan är hur denna utveckling kan förstås. Särskilt mot bakgrund av att exempelvis förvaltningsstyrda enheter visar ett betydligt större motstånd och tröghet till anpassning i motsvarande situation (Sahlin Andersson, 1998).

Artikeln börjar med att belysa speciella karaktärsdrag som är utmärkande för folkbildningen, dess särart, för att få en uppfattning om den värdegrund som studieförbunden framhåller. En presentation av empirisk undersökning följer som visar hur utbildningsanordnare inom studieförbunden skapar sina självbilder, det vill säga bilden av vem är vi? i rollen som verksamhetsutövare på utbildningsmarknaden. Här belyses retoriken både hos de studieavdelningar som lyckats få uppdrag och utvidga sina verksamheter och de studieavdelningar som minskat eller upphört med uppdragsverksamhet. Studieförbundens sätt att skapa (i texten redigera) sin självbild ställs i förhållande till annan forskning som bedrivits inom förvaltningsstyrda enheter. Jämförelsen dem emellan påvisar olika sätt att redigera organisationens självbild. Dessa skillnader diskuteras slutligen utifrån ett institutionellt perspektiv, där de institutionella samhällsformerna antas skapa olika förutsättningar vid införandet av marknadsidén.

Folkbildningens särart

Centralt inom folkbildningens organisationer är de idéer som de skapats för och som de över tid bedrivit sin verksamhet kring. Folkbildningens särart har genom årens lopp uttryckts på ett tämligen likartat sätt om än olika författare har speglat särarten utifrån skilda synvinklar. Från ett nutida perspektiv menar dock Magnusson (1998, s. 2) att folkbildningens särart formas av att den är:

- Fri och frivillig (deltagarna väljer själva att delta i ämnen/kurser/aktiviteter)
- Deltagarstyrd (deltagarna ges ett stort inflytande över uppläggning och innehåll)
- Formar egna utbildningsplaner (icke läroplan- eller betygssstyrda)
- Livsvärldsförankrad (utgår från deltagarnas behov och erfarenheter)
- Ideologisk och/eller innehållsmässigt profilerad (plats för särarter)
- Mångsidig (i sitt verksamhets- och programutbud)
- Flexibel (snabb att tillgodose nya utbildningsbehov eller utveckla nya former)
- Riksomfattande (finns i alla kommuner)

Särarten kännetecknar en frivillig verksamhet. ”Det mest använda uttrycket för svensk folkbildnings innersta kärna är att den är fri och frivillig”. Begreppet fritt och frivilligt formulerades av Johan Sandler och innebär att ”folkbildningen skall vara valfri ifråga om ämnen, kurser, organisation och läroböcker och frivillig i fråga om deltagande” (Gustavsson 1991, sid 92). Bildningen i sin ideala form byggde också på att den inte vara styrd från vare sig staten eller andra organisationer. Den fria bildningsprocessen skulle bygga på personlig frihet där personlighetsutveckling var lika viktig som ökade kunskaper om samhället. Mångsidighet och flexibilitet förstärker bilden av möjligheter i motsats till begränsningar i såväl kursutbud som arbetsformer. Sedan år 1991 då regelstyrning ersattes med målstyrning har statens regelverk för folkbildningens organisationer förändrats och blivit mindre detaljerat. Exempelvis har kravet på pedagogisk-metodisk särart tagits bort ur förordningstexten (prop. 1997/98:115). Således är det upp till folkbildningen själva att vidmakthålla och utveckla sin särart.

Sundgren (2003) har försökt bringa klarhet i vad folkbildningens särart innebär och har kommit fram till att den är svår att empiriskt belägga i verksamheterna. Han menar att särarten främst handlar om en språklig-retorisk konstruktion som skapar föreställning om en egenart. En sådan föreställning bidrar till att skilja verksamhet och människor som tillhör folkbildningen

från dem som står utanför. Den bidrar också till att forma, vidmakthålla och legitimera folkbildningsinstitutionerna och deras verksamhet som ett socialt fält.

Inom folkbildningens sociala fält sker en ständig förändring som i sin tur kommit att påverka särarten. Studieförbund och folkhögskolor rör sig i dag över ett stort fält både nationellt och internationellt (Mustel, 2006), både som enskilda aktörer och i samarbete med andra organisationer (Lindgren, Petersen och Ring, 1996; Eriksson, 2006) och på många olika arenor (Petersen, 2006) där även distansundervisning med IKT-stöd har blivit ett viktigt inslag (Andersson E., Laginder och Landström, 2006; Andersson, P., 2005). Vidare har folkbildningsforskning som akademisk disciplin vuxit och sysselsätter idag ett betydande antal professorer, forskare och doktorander som använder teorier från olika ämnesområden och tvärvetenskapliga synsätt. Följaktligen kan det vara svårt att avgränsa folkbildningen till ett fält, snarare handlar det om ett flertal. Mot denna bakgrund utgör uppdrag inom vuxenutbildningen, som studien i föreliggande artikel bygger på, en av många verksamheter som är med och påverkar eller som Røvik (2000) uttrycker det förvaltar folkbildningens särart.

Organisationsförändring i ett nyinstitutionellt perspektiv

I ett nyinstitutionellt synsätt betonas organisationens samspel med förändringar som sker i omgivningen. Synsättet betonar den kognitiva processen i skapandet och i återskapandet av institutionella mönster. Med begreppet institution menas ett för givet taget handlingsmönster som legitimerats av en grupp människor, ”An institution is a pattern of social action strengthened by a corresponding social norm” (Czarniawska, 1997, sid. 43).

Institutionen uppges vara meningsbärare och därmed är det viktigt att visa upp en förtroendefull bild av ”trust and good faith” (Powell och Dimaggio, 1991, sidan 14). Därmed blir organisationens egen bild av sin verksamhet viktig, i denna studie kallad självbild. Självbilden skapas genom berättelsen om vem vi är i ljuset av vem vi vill vara. I den processen imiteras aktuella idéer från omgivningen eller från dem som utmärkt sig som lyckade, menar Sévon (1996). Följaktligen kan organisationens självbild betraktas som dess framgångshistoria. Vid imitationsprocessen jämför sig organisationen (dess medlemmar) med en förebild som tolkas och uttrycks på olika vis beroende på ur vilket perspektiv den framställs. Sahlin Andersson (1996) har vidareutvecklat imitationsbegreppet genom att införa metaforen redigering. Redigering betyder bearbetning och sammanställning av ett text-, bild- eller ljudmaterial (Nationalencyklopedin, 2010). Genom redigeringsbegreppet tydliggörs själva processen vid tillägnandet av idén. Om imitation syftar till att kopiera en förebild innebär redigering att anpassa den efter vissa normer eller riktlinjer som benämns redigeringsregler. Det intressanta i denna studie

blir då att studera vilka förebilder eller normer som styr redigeringen av organisationens självbild.

Mot bakgrund av att studieförbunden är vana vid att förvalta sin självbild, förankrad i folkbildningstraditionen och uttryckt med folkbildningens språkbruk, blir det särskilt intressant att följa de självbiografiska berättelserna när de har att hantera nya idéer kommunicerade med ett annat språkbruk hämtade från utbildningsmarknaden. Till skillnad från företag som önskar att framhålla en affärsmässig profil där effektivitet och framgång premieras i ekonomiska mått mätt, har folkbildningen ett språkbruk som framhåller värden om medmännisklighet och förståelse för individen, det vill säga ideal som bygger på en annan värdegrund än den rationella. I motsats till det affärsmässiga språkbruket står folkbildningens metaforer i analogi med den mänskliga livsvärlden. Det värdeladdade språket låter sig inte heller så lätt beskrivas annat än med hjälp av folkbildningens språkbruk.

Berättelserna om vem är vi som studieavdelning? undersöks i studien med hjälp av retorisk analys. Till skillnad från den klassiska retoriken under antiken som främst var inriktad på den demonstrativa aspekten i talet, har den nya retoriken flyttat fokus från avsändare till mottagare. Det innebär att konstruktion av talet sker i förhållande till den sociala omgivningen och till det sammanhang i vilket det ingår. Talet skall skapa mening i förhållande till åhörarna och till deras tänkande och språk (Corbett, 1990) eller som Perelman (1982, s. 10) uttrycker det "It is in terms of the audience that argumentation develops". Mot den bakgrunden har retorikämnet gått från att vara en praktisk aktivitet till att vara en tolkande kritisk aktivitet, för att analysera texter ofta i vetenskapliga sammanhang inom olika ämnesområden (Corbett & Connors, 1999; Müllern & Stein, 1999; Nörreklitt, 2003; Neulip, 1996). Enligt Aristoteles var fem delar viktiga för att göra berättelsen övertygande: "inventio" (innehåll), "dispositio" (disposition), "elocutio" (språkstil/språklig utformning), "memoria" (memorerande) och "actio" (framförande) (Corbett, 1990, s. 22 ff.). För att analysera studieförbundens berättelser har framförallt delarna "inventio" (innehåll) och "elocutio" (språkstil) kommit till användning. Handlingens logik analyseras med hjälp av de tre klassiska begreppen logos (rationalitet, logisk bevisföring), pathos (känslomässig påverkan), och ethos (förtroendeskapande). När det gäller språkstilen handlar det om ordval. Quintilian skiljde på "low or plain style" lämplig för instruktioner, "middle or forcible style" passande för att förändra och väcka nya tankar och "high style" för att charma och påverka känslor (Corbett, 1990, sidan 26). För att analysera berättelsernas språkliga utformning har metaforer och etiketter valts ut som analysverktyg. Beroende på hur berättarna argumenterar, hur de betonar logos, pathos och ethos i sina framställningar och vilka ord de använder jämförs berättelserna med tre typer av retorik, nämligen politisk/religiös retorik (betoning på pathos), byråkratisk retorik samt expertretorik (båda med betoning på logos, den förra med inriktning

mot lagar och regler och den senare mot teknik och vetenskap) (Czarniawska, 1997).

Empirisk undersökning

Petersen (2006) har i sin avhandling genomfört empiriska undersökningar i de tre studieförbunden Arbetarnas Bildningsförbund (ABF), Frikyrkliga Studieförbundet (FS, numera Studieförbundet Bilda) samt Svenska Idrottsrörelsens Studieförbund (SISU). Inom varje studieförbund har fallstudier genomförts i tre studieförbundsavdelningar fördelade på tre orter i västra och södra Sverige, i storstadskommun (stor), mellanstor kommun (mellan) och landsortskommun (landet). Insamling av respondenternas framgångshistorier genomfördes med hjälp av intervjuer med två personer på varje avdelning, med verksamhetsansvarig och projektledare för uppdragsutbildningen (sammanlagt 18 personer). Respondenterna berättade om sina verksamheter utifrån en frågemodell som bestod av fyra delar (Hatch & Schultz, (2000), varav den första handlade om uppdragsutbildningens målsättning och målgrupp, den andra om utbildningsinnehåll, den tredje om hur/på vilket sätt uppdragsutbildningen bedrevs och den fjärde om vilken inställning respondenterna hade till uppdragsutbildningen i ett nu- och framtida perspektiv. Intervjuerna bandades och nedtecknades med respondenternas egna ord. Den första undersökningen genomfördes år 1997 efter cirka fem år av mål- och bidragsstyrning och den andra år 2000 efter tre år av marknadsstyrning där studieavdelningarna själva ansvarade för finansiering av sin uppdragsutbildning. Den övervägande delen av uppdragsutbildningen bedrevs inom Kunskapslyftet; en femårig nationell utbildningssatsning inom vuxenutbildningen mellan år 1997-2002. Av de sammanlagt nio studieavdelningar som studerades hade sex avdelningar (ABF Stor, ABF Mellan, FS Mellan, SISU Stor, SISU Mellan och SISU Landet) väsentligt utökat sina verksamheter inom Kunskapslyftet år 2000, medan de tre övriga studieavdelningarna hade minskat eller upphört med uppdragsutbildning för arbetslösa.

Från en religiöst präglad retorik till en expertpräglad retorik

Resultatet av de retoriska analyserna visar hur studieavdelningarna på tre olika sätt förvaltar sitt retoriska arv. År 1997 under mål- och bidragsstyrning agerar respondenterna som den traditionella folkbildaren. Den språkliga utformningen kan karaktäriseras som ett försvarstal för folkbildningen uttryckt med folkbildningens språkbruk. Respondenterna argumenterar med en religiös retorik där de framhåller folkbildningens humanistiska synsätt som påminner om familjens förståelse och omsorg om sina medlemmar. Den religiösa retoriken illustreras i avhandlingen under rubriken ”Trosbekännelsen”. Trots fem år av målstyrda uppdrag ser man inte utbildning för arbetslösa

som ett separat uppdrag skilt från den allmänna folkbildningsverksamheten. Istället upplever man den som en del inom den allmänna folkbildningsverksamheten.

År 2000 utmärker sig två typer av självbilder, dels från dem som utökat sin uppdragsverksamhet dels från dem som minskat eller helt upphört med uppdrag. De sex studieavdelningar som kommit med i Kunskapslyftet och därmed kommit in på utbildningsmarknaden har mångdubblat sina verksamheter i jämförelse med uppdragsverksamheten under år 1996/1997. De framgångsrika framställer sig nu som de ”moderna” folkbildarna och de skapar sina självbilder på ett annat sätt än tidigare. Den ”moderna” retoriken är tudelad. Å ena sidan fortsätter de att förvalta sitt retoriska arv. Å andra sidan är retoriken problembaserad och bygger på en logik dominerad av logos. Med expertens retorik argumenterar respondenterna för en nyttoutbildning som syftar till att höja utbildningsnivån och göra den arbetslöse bättre rustad för en framtida yrkesroll. Exempelvis vill man ”påskynda processen för att komma ut i arbetslivet eller få in ett gå-till-jobbet-tänkande och därefter hitta praktikplatser eller fortsätta att studera” (ABF Stor). Förändringen har inneburit att den språkliga strategin ideologisk stängning i den religiösa retoriken bytts ut mot ideologisk öppenhet. Istället för att bygga gränser mellan vi och dem bjuder man in till samarbete, argumenterar för nya utbildningsprogram och nya målgrupper. I den argumentationen har vi att göra med ett reaktivt och deterministiskt synsätt där man anpassar sig till omgivningen. Expertretoriken illustreras i avhandlingen under rubriken ”Ingenjörskonst i utbildning”.

Metaforen ingenjörskonst anspelar på en tudelad språklig strategi som tillgodoser både en teknisk och en konstnärlig inriktning. Samtidigt med en logosdominerad logik argumenterar man med folkbildningens värdemässiga språkbruk. Här väver man samman logos (nyttan) och pathos (känslor och värderingar) till en ny utbildningsprofil på utbildningsmarknaden. Bevarandet av folkbildningens pathos i den nya argumentationen i Kunskapslyftet innebär att folkbildningens värderingar speglas i ett nytt ljus och får därigenom ett nytt meningsinnehåll. Lakoff och Johnsson (1980) menar att gamla begrepp som speglas mot ett nytt sammanhang får ett nytt betydelseinnehåll. På det viset har etiketten fritt och frivilligt, genom kopplingen till det pedagogiska arbetssättet för målgruppen med behov av stöd, tillskrivits en praktisk funktion i karaktärsskapandet som ger intryck av att underlätta för individen vid studiernas genomförande. Fritt och frivilligt har således gått från att historiskt inneburit en målsättning för deltagande i folkbildningens verksamhet till att skapa en bild av ett pedagogiskt medel inom vuxenutbildningen. Följaktligen har det retoriska arvet förvaltats och förnyats så att det kommit att framstå som en kvalitet i utbildningsverksamhetens pedagogiska utformning. Ett sätt att förstå en sådan betydelseförskjutning eller språkdrift är att känslouttrycken (pathos) inte är konkreta i meningen att de är mätbara

och inte heller ger de information om aktivitetens utformning som logos gör. Känslostryck är oftast allmängiltiga och inte specifika för ett särskilt sammanhang. De är oberoende av tid och rum vilket gör att de ganska lätt kan återanvändas men också överföras till andra områden (Andersson, 1992). Exempelvis är argumentationen för medmänsklig förståelse lika aktuell inom vuxenutbildningen år 2000 som den var i studiecirkeln i början av 1900-talet.

Genom att logos i den senare undersökningen fått en mer framträdande plats och att folkbildningens pathos kommit in i en ny kontext har också ethos (förtroendeskapande) förändrats. År 1997 var det viktigaste att visa vem vi är som folkbildare; att vinna förtroende för sin tillhörighet till folkbildningen. I de senare presentationerna söker man förtroende som utbildningsanordnare inom vuxenutbildningen. Det viktiga är att framhålla vad vi gör och hur vi gör det i utbildningen. Nu vill man förmedla en bild av sin professionalitet, exempelvis genom att framhålla lärarnas ökade utbildningskompetens eller att man samarbetar med professionella organisationer som stärker sin legitimitet som utbildningsanordnare. Fortfarande grundar sig ethos på folkbildningens värderingar men numera framställt som ett särskilt hjälpmedel i sin utbildningsverksamhet. På marknadsspråk har studieavdelningarna med hjälp av sin pedagogik tillägnat sig en profil i Kunskapslyftet (Ries & Trout, 1985), och därmed har de skapat ethos för en roll som utbildningsanordnare inom vuxenutbildning. Med hjälp av de språkliga strategierna har man alltså åstadkommit både ett nyskapande och en kontinuitet i sin självbild. Folkbildningens ethos har utvidgats och omfattar nu också ett förtroende för rollen som vuxenutbildare på utbildningsmarknaden. Med hjälp av de retoriska analyserna kan man konstatera att självbilden karaktäriseras av både dynamik och stabilitet. Därmed bekräftas tesen enligt Gioia m.fl. (2000) att metaforer som återkommer i en ny kontext fortsätter att fungera som ett slags värdeindikator i självbilden, där de binder ihop det historiska med det nutida sammanhanget. Figuren nedan sammanfattar hur pathos respektive logos dominerar i samband med den religiösa retoriken år 1997 respektive expertretoriken år 2000. Figuren visar vad respondenterna argumenterar för när det gäller målsättning, målgrupp, utbildningsinnehåll, arbetssätt och synen på uppdragsutbildning i respektive sammanhang.

Figur 1: Figuren visar hur pathos och logos dominerar vid retorisk tillämpning i undersökning år 1997 respektive år 2000 (Petersen, 2006)

Tema område	Retorisk tillämpning år 1997	Retorisk tillämpning år 2000	
	Dominans av pathos	Dominans av logos	Dominans av pathos
Målsättning	Folkbildningens: Fritt och frivillig	Arbetsmarknadsmål, praktiska och teoretiska utbildningslösningar som syftar till anställning eller till vidare studier.	En profil på utbildningsmarknaden som bidrar till att underlätta för den studerande att tillägna sig studier.
Målgrupp	Folkbildningens: Målgruppen med behov av särskilt stöd.	Kort utbildningsbakgrund, ovana vid studier, svårigheter att komma in på arbetsmarknaden.	Individer med behov av särskilt stöd, omsorg om de utsatta.
Utbildningsinnehåll	Folkbildningens: Efter individens behov och önskemål med inriktning mot att stärka personligheten.	Styrd av efterfrågan på arbetsmarknaden och av samhällets ansvar för medborgare med behov av utbildning eller anställning.	Etiketter och metaforer som signalerar en mindre krävande utbildning, ofta bestående av en kombination av teori och praktik.
Arbetsätt	Folkbildningens: Studiecirkeln	Anpassat efter individens förutsättningar	Folkbildningens fritt och frivilligt
Syn på framtiden	Hot från marknaden, försvar för folkbildningen.	Utöka verksamheten mot nya målgrupper och mot mer differentierade typer av utbildningar och arbetsplatspraktik.	Ser framtiden an med tillförsikt. Uppdragsutbildning ses som en möjlighet för folkbildningen.

Studieavdelningar som motsätter sig förändring

Den andra typen av retorik år 2000 uppträder hos de tre studieavdelningar som minskat eller upphört med uppdragsutbildning för arbetslösa. Dessa studieavdelningar framställer sig fortfarande år 2000 (efter tre år av uppdragsutbildning) som de traditionella folkbildarna. Argumentationen har inte nämnvärt förändrats sedan år 1997. Den domineras alltså av folkbildningens religiösa retorik, men entusiasmen har minskat och språkinnehållet kännetecknas av besvikelse. I avhandlingen illustreras retoriken under rubriken "De besvikna". Till skillnad från de studieavdelningar som utökade sin uppdragsverksamhet och som integrerat lämpliga delar av folkbildningens särart, drar de tre studieavdelningar som minskat sina verksamheter en klar gräns mellan vad som är folkbildning och vad som inte är det. De har inte infört ett logosdominerat språkbruk utan distanserar sig från en nyttoinriktad

utbildning i Kunskapslyftet och håller fast vid sin traditionella språkform. Med en ”omodern” retorik dominerad av pathos försvarar man sin idémässiga ställning och uttrycker en strävan efter att få tillbaka folkbildningen som den en gång var. ”Folkbildning är vad den alltid har varit. Folkbildning är väl att få folk upplysta och att väcka folk. Folkbildning är svårare idag för folk är redan så bildade” (ABF Landet). Samtidigt förmedlar respondenterna en kritik mot marknadsstyrningen och en besvikelse över att vara missgynnade i det kommunala upphandlingsförfarandet, ”Omedvetet har vi anpassat oss till våra uppdragsgivare för det är ändå pengarna som styr... men man försöker väl stånga emot så länge det går” (ABF Landet). Metaforen ”stånga emot” signalerar att man vill värja sig så långt det är möjligt mot den styrning som upplevs som ett hot i uppdragsutbildningen.

Till skillnad från de studieavdelningar som utökat sin uppdragsutbildning och förändrat sitt utbildningsinnehåll håller de tre som minskat eller upphört fast vid sitt folkbildningsmässiga innehåll där de sätter personlighetsutveckling i centrum. Exempelvis har FS Stor sedan år 1997 kvar ett av sina tre projekt med titeln ”Livet och Arbetet”. Trots minskad verksamhet och trots vissheten om att de ekonomiskt skulle tjäna på att anpassa sig till en annan inriktning vill de inte frångå sina idéer och ändra innehåll. ”...när det gäller vår verksamhet tänker vi inte ändra inriktning i vårt kursutbud”. FS Stor upplever att deras religiösa inriktning inte prioriteras i Kunskapslyftet. ”Man (kommunen) är idag inte intresserad av sådana typer av kurser som vi ger” (FS Stor). De ser sin kristna inriktning som så viktig för de arbetslösa att de inte finner anledning att ge upp den. ”Vi känner djupt för dessa människor att de behöver någon som hjälper dem att ge dem livsgnistan tillbaka. Så vi har inte ändrat på verksamhetens innehåll” (FS Stor). Samma avdelning kritiserar också medlemmar i de egna leden. Uppfattningen är att frikyrkornas intresse för att engagera sig i de arbetslösa ”har svalnat”.

ABF Landet bedriver fortfarande utbildning för arbetslösa men i mindre skala än tidigare. På grund av försämrade ekonomiska förutsättningar är de beroende av frivilliga insatser för att kunna fortsätta med sin estetiska verksamhet. Detta uttrycks med metaforerna ”cirkelledare som ställer upp gratis” eller ”frivilliginsatser”. FS Landet säger sig ha gjort försök att få egna uppdrag i Kunskapslyftet men har inte lyckats. De har försökt anpassa sig till Kunskapslyftets målsättning med hjälp av sin personlighetsstärkande profil kompletterad med kärnämnen. De har ansökt om att få bedriva en utbildning som syftar till att förändra främlingsfientliga attityder och främja individens personlighetsutveckling. Etiketter för utbildningsinnehåll och målgrupper känns väl igen från den tidigare undersökningen år 1997, nämligen ”Lära för livet”; en utbildning som innebär att hitta sig själv, stärka sitt självförtroende och komma underfund med vad man vill eller ”Mångfald och Dialog”; ett dataprojekt som bedrivs som en mötesplats för invandrare och arbetslösa svenskar”. I likhet med FS Stor tror de att orsaken till att inte få

uppdrag i Kunskapslyftet ligger i den religiösa profilen, att omgivningen har en felaktig bild av dem, nämligen att de inte uppfattas som en utbildningsanordnare. ”Jag tror att vi är belastade med att vara ihopkopplade med frikyrkan, inte med ett studieförbund”. Tillhörigheten till den frikyrkliga rörelsen ses alltså i sammanhanget som en belastning till skillnad från studieavdelningarna i ABF och SISU som ser sin rörelseförankring som en tillgång.

Att inte göra sig förstådd

Det tillbakasträvande sättet att tala om folkbildningen leder till att de språkligt isolerar sig vilket orsakar problem när det gäller att göra sig förstådd i kommunikationen med omvärlden. Händelsen i exemplet nedan utspelar sig i samband med den kommunala upphandlingen. Kommunikationen vittnar om ett möte mellan två parter från skilda utbildnings/bildningsperspektiv med var sina språkbruk, å ena sidan från ett kommunalt perspektiv där utbildning likställs med formell gymnasieutbildning å andra sidan FS kristna bildningsperspektiv med bibeln som grund. ”Vi var oerhört tydliga med vad vi ville när vi lämnade vårt anbud till Kunskapslyftet. Efter en tid ringde en av kommunens handläggare i Kunskapslyftskommitten och frågade vad vi i vår ansökan, beträffande kurslitteraturen, menade med förkortningen GT och NT. Handläggaren uttryckte sig på följande sätt: vad faan betyder GT och NT, det är en bok som jag aldrig har hört talas om. Det förvånar mig svarade respondenten och berättade att förkortningarna stod för Gamla Testamentet och Nya Testamentet. Varje deltagare får en egen bibel efter avslutad kurs vilket många av deltagarna aldrig haft i sin ägo. Detta gör vi för att kunna stå för att kunskapsprojektet bygger på kristen grund, har en kristen profil och att det är kyrkorna som driver det” (FS Stor).

ABF Landet visar upp ett annat slag av kommunikationsproblem. De upplever sig ha tappat kontakten med sina medlemsorganisationer. Allteftersom fackförbunden har blivit stora och självständiga har den personliga kontakten minskat eller helt försvunnit. Exempelvis när fackförbunden skall anordna kurser spelar priset en viktigare roll än tillhörigheten till ABF. ”De stora fackförbunden agerar mot oss som om vad ska vi med ABF till. De kör ju sitt eget race. En av våra medlemsorganisationer ringde och frågade om vi på ABF kunde hjälpa dem med en kurs. ABF offererade ett pris men medlemsorganisationen svarade att de tyckte det blev för dyrt. Jag upplyste om att de faktiskt är en av våra medlemmar, att de är delägare i ABF men det spelade ingen roll i sammanhanget. De såg rent ekonomiskt på valet av kursanordnare och det blev billigare att arrangera kursen på annat sätt” (ABF Landet).

I jämförelse med de studieavdelningar som utvidgat sina uppdragsutbildningar visar de som minskat eller upphört med uppdrag i Kunskapslyftet år 2000 ett kvarhållande av den religiösa retoriken och de strukturer som en

gång i tiden var gällande. Ur språklig synvinkel imiterar de inte ett nytt språk utan strävar efter att omskapa folkbildningens historiska kontext. Genom att inte aktualisera folkbildningens språkbruk och sätta in det i ett nytt sammanhang blir både språkförmåga och betydelseinnehåll svårbegripligt för omgivningen, vilket blir särskilt tydligt i exemplet ovan där tjänstemannen i uppdragsärendet inte förstod FS:s språkbruk. De som minskat eller upphört med uppdrag visar motstånd och besvikelse riktad mot uppdragsidén och de ser inte heller behov av att förnya sig. Om motståndet mot att förändra sitt språkbruk är en orsak till att de tre studieavdelningarna inte fått uppdrag i Kunskapslyftet eller om det är en konsekvens därav är givetvis svårt att uttala sig om. Jag återvänder nu till de sex studieavdelningar som utökat sina verksamheter och jämför deras agerande med annan forskning som visar hur enheter inom offentlig sektor skapar sina självbilder.

Skapande av självbild som redigering

I artikelns inledning framhöll jag studieförbunden som föregångare till en ny bildningstradition. Om än resultatet från denna studie inte kan generaliseras och jämföras med folkbildningens framväxt, visar de sex studieavdelningar som utökat sina uppdrag inom vuxenutbildningen på en kreativ förmåga och på ett nytänkande. Studieförbundens flexibilitet och initiativrika agerande visar på ett originellt handlingsmönster i förhållande till hur exempelvis verksamheter inom offentlig sektor agerar vid en omorganisering där marknadssidén står som förebild. Tidigare forskning inom förvaltningsstyrda enheter, framförallt inom kommunal stats- och byggplaneringsavdelning, kronofogdemyndighet och dess sjukhus, uppvisar ett annorlunda resultat vid skapande av organisationens självbild (Sahlin Andersson, 1996; 1998). För att illustrera hur självbild skapas använder författaren metaforen redigering. Vid redigering utformar organisationsmedlemmarna sin berättelse om vem vi är eller vill vara som organisation. I den processen styrs berättandet av förebilder, av idéer, normer och värderingar som hon kallar redigeringsregler. Sahlin Andersson (1996) framställer tre redigeringsregler. Den första redigeringsregeln har med tid och rum att göra och fokuserar på kontexten till den förebild som är föremål för imitation. För att analysera denna redigeringsregel ställs frågan: var är vi? Exempelvis befinner vi oss inom folkbildningen på 1980-talet eller inom utbildningssektorn på 2000-talet. Frågan vill ha svar på vilken tid, vilket sammanhang och på vilken arena berättelsen utspelar sig. I den andra redigeringsregeln riktas intresset mot etikettering av idén som organisationsmedlemmarna vill efterlikna. Regeln utgår från frågan vad behöver vi göra? Den beskriver åtgärder och handlingsmönster där symboler och språkliga uttrycksätt lyfts fram som anses vara legitimerande för organisationen. Den tredje redigeringsregeln har med berättelsens logik att göra. Det kan röra sig om en reaktiv/deterministisk logik som innebär en an-

passning till omgivningen där problemlösning står på agendan. Exempelvis arrangerar vi kompetenshöjande utbildning för att de arbetslösa ska få anställning. Det kan också röra sig om en logik som är proaktiv och voluntaristisk till sin karaktär där uppfyllande av idealet eller önskan om att experimentera står som förebild. Exempelvis arrangerar vi verksamhet för att de arbetslösa ska få välja efter intresse och behov för att på så vis stärka individens självtillit. Frågan som ställs för att analysera den tredje redigeringsregeln handlar således om ett orsakssamband eller varför behöver vi göra det vi gör? Hur använder då de studerade enheterna inom förvaltningen de tre redigeringsreglerna, enligt Sahlin Andersson, och hur skiljer sig den tillämpningen från studieförbundens?

Ny tillämpning av redigeringsregler

I samband med omorganisering utifrån marknadsidén inom förvaltningsstyrda enheter i början på 1990-talet tonas det byråkratiska språket ner till förmån för ett affärsmässigt språk. Verksamheten paketeras i en ny sorts språkdräkt importerad från affärsvärlden. Affärsspråket syftar till att synliggöra nya aspekter i förvaltningens verksamhet som förväntas leda till högre grad av självständighet, till ökad effektivitet och till ett ökat resultatmedvetande. Med ett tämligen oförändrat verksamhetsinnehåll ville man inom förvaltningen framstå som ett företag (Sahlin Andersson, 1998; 1996).

Tvärtom agerar de studieförbundsavdelningar som utökat sina uppdragsverksamheter. De strävar efter att behålla det folkbildningsmässiga synsättet genom att bevara sitt språkbruk så långt det är möjligt. Siktet är inställt mot framtiden och de arenor som studieförbunden verkar på har ökat i omfattning (redigeringsregel 1). Samtidigt förändrar de sitt verksamhetsinnehåll. Studieverksamhetens utbildningsutbud utökas med såväl formell som informell utbildning. Fortfarande signalerar metaforerna en utbildning som i sitt arbetssätt tar hänsyn till individens personliga tillkortakommanden, behov eller ovana för studier. Etiketterna påvisar en ”mjukare” eller inte fullt så krävande form av utbildning som i det allmänna skolsystemet (redigeringsregel 2). Genom att med hjälp av folkbildningens språkbruk fortsätta att framhålla värden om förståelse och medmänsklighet lägger man alltså grunden för en kvalitet och en pedagogisk profil i sin uppdragsverksamhet.

Sahlin Anderssons tredje redigeringsregel handlar om orsaken till varför man handlar, det vill säga handlingens logik eller hur man löser problemet och varför idén är intressant att imitera. Resultat från forskning i förvaltningsstyrda enheter visar hur den rationella modellen står i centrum, det vill säga den eftertraktade idén eller prototypen beskrivs och motiveras utifrån de problem som den egna organisationen står inför. Problembilden i dessa enheter handlar i huvudsak om bristande effektivitet och kontroll beträffande resursutnyttjande, ekonomisk styrning och kundfokus. Som lösning

på problemet införs ett synsätt där näringslivet står som förebild. I det synsättet handlar det om att visa upp ett affärsmässigt ledarskap, att framhålla sin professionalitet, att visa självständighet gentemot sin omgivning och att påvisa legitimitet ur ett rationellt perspektiv. Handlingen i berättelserna följer således en logik där identifierbara aktiviteter av organisatoriskt, ekonomiskt och tekniskt slag (logos) föreslås som lösning på verksamheternas redovisade ledarskaps- och effektivitetsproblem (Sahlin Andersson, 1996; 1998).

Utifrån den språkliga analysen av studieförbundens berättelser (med hjälp av logos, pathos och ethos) framträder inte samma ensidiga dominans av logos som inom förvaltningsstyrda enheter. I studieförbunden talas det inte om att införa en ny styrning av verksamheten. Istället fokuseras på verksamhetens innehåll och kvalitet. Studieförbunden skiljer sig också från vad Sahlin Andersson beskriver som gällande i de så kallade business-liknande organisationerna. Exempelvis talar författaren om marknadsidén i termer av modeller eller recept. Ofta sägs de referera till en känd upphovsperson, till vetenskapliga undersökningar eller till andra statushöjande argument som kan legitimera verksamheten (Sahlin Andersson, 1996). Inom studieförbunden säger man sig snarare ta avstånd från färdiga modeller och istället utveckla egna program i Kunskapslyftet. I dessa program argumenterar man för en nyttoutbildning, lämplig för anställning eller för vidare studier (logos) samtidigt som man alltjämt framhåller målgruppens behov av stöd och där folkbildningens förhållningssätt ses som en resurs. Med folkbildningens pathosdominerade språkbruk försöker man övertyga om sin pedagogiska förmåga. Retoriken förmedlar därför en kombination av normer från två skilda kontexter där argumentationen för utbildningens inriktning är hämtad från arbetsmarknaden medan språkbruket och argumentationen för de humanistiska värdena är hämtade från folkbildningens idémässiga värdegrund. Genom denna syntes ("pagos") skapar studieorganisationerna ett innehåll som efterfrågas i Kunskapslyftet samtidigt som de i rollen som utbildningsanordnare drar fördel av folkbildningens pedagogik med vilken de på utbildningsmarknaden skapar en egen profil. Således visar studieförbunden och enheter inom förvaltningen olika sätt att redigera sin självbild i syfte att skapa framgång. Medan enheterna inom förvaltningen, enligt Sahlin Andersson, strävar efter att skapa en ny självbild omformar studieförbunden sin tidigare självbild. Omställningen till ett marknadsorienterat synsätt klarar studieförbunden genom att omformulera sin särart och samtidigt imitera ett logosdominerat utbildningsinnehåll.

Komplettering med ytterligare en redigeringsregel

I samband med en egenfinansierad uppdragsverksamhet påvisar studieförbunden en annorlunda regeltillämpning av Sahlin Anderssons (1996) tre re-

digeringsregler. När enheter inom förvaltningen redigerar sin framgångshistoria fokuseras i första hand på styrning av verksamheten, på företagets ekonomiska rationalitets- och ledarskapsideal. I samband härmed tillägnar man sig ett affärsmässigt språkbruk (Sahlin Andersson, 1996; 1998). Studieförbunden däremot tonar ner verksamhetens styrning och lyfter istället fram utbildningsverksamhetens innehåll och kvalitet. Härmed bevarar de sitt språkbruk så långt det är möjligt och kompletterar det med ett specifikt språk för utbildningssektorn. Följaktligen påvisar resultatet i studieförbunden att det finns fler tillämpningar av Sahlin Anderssons redigeringsregler.

Redigeringsreglerna visar sig dessutom vara otillräckliga för att analysera studieförbundens berättelser. I samband med frågan vad behöver vi göra? (redigeringsregel 2) saknas det en redigeringsregel som belyser hur och med vilken kvalitet verksamheten bedrivs. När studieförbunden framställer sin självbild är det lika viktigt att framhålla hur utbildningen bedrivs som själva utbildningsinnehållet. I ljuset av en ny och mera målinriktad utbildning får folkbildningens språkbruk ett tydligare innehåll inriktat mot utbildningens pedagogiska arbetssätt och arbetsformer. För att kunna analysera hur studieförbunden redigerar sin självbild behövs därför en komplettering med ytterligare en redigeringsregel som belyser de kvalitativa aspekterna eller särarten i verksamheten, en regel som efterfrågar hur gör vi det? Med den föreslagna redigeringsregeln blir redigeringsreglerna sammantaget fyra till antalet.

Diskussionen om redigering med marknadssidén som förebild sammanfattas i figur 2 nedan. Figuren illustrerar studieförbundens och enheters inom förvaltningen skilda tillämpningar av Sahlin Anderssons (1996) tre redigeringsregler. Figuren innehåller också den kompletterande redigeringsregeln som lyfter fram verksamhetens kvalitet och särart och som därmed svarar på frågan: hur gör vi det?

Figur 2: Skillnad i regeltillämpning vid redigering av självbild mellan studieförbundsavdelningar och enheter inom förvaltningen (Petersen, 2006)

Redigeringsregler när marknadsidén står som förebild	Förvaltningsstyrda enheters redigering av självbild	Studieförbundens redigering av självbild
Kontextuella förhållanden, tid och rum (Redigeringsregel 1)	Skapande av självbild (ny aktivitet)	Vårdande av självbild, (institutionaliserad)
Etikettering av verksamhetens innehåll (Redigeringsregel 2)	Marknadsmässigt språk, (nytt)	Marknadsmässigt språk, (nytt) + folkbildningens språk (institutionaliserat)
Etikettering av kvalitativa aspekter (Ny redigeringsregel 3, kompletterar redigeringsregel 2)	Generella uttryck	Folkbildningens språk – unikt
Handlingens logik (Redigeringsregel 4)	Logosargument för ekonomisk effektivitet och nytt ledarskap (nya strukturer)	Pathosargument + logosargument för nytt verksamhetsinnehåll = "Pagos" (syntes av pathos och logos).

Studieförbundens redigering innebär en integrering mellan en religiös retorik och en expertretorik där förnuft och känsla sker i samverkan, det vill säga där både det rationella och det värdemässiga får stå i centrum. Frågan är hur man kan förstå den redovisade skillnaden mellan hur studieförbunden och hur förvaltningsstyrda enheter skapar sina självbilder.

Institutionella former som liknar varandra underlättar en övergång

Som aktörer på utbildningsmarknaden visar studieförbunden att de samtidigt har en fot kvar i det folkbildningsmässiga rummet. Ett sätt att förstå denna utveckling kan vara att diskutera den utifrån tre typer av institutionella samhällsformer, nämligen rörelse tillhörande frivilliga organisationer, förvaltning och företag (Sjöstrand, 1985; 1997). De tre formerna utgör olika samhällsinstitutioner där vissa karaktärsdrag skiljer dem åt medan andra förenar (Brunsson och Sahlin Andersson, 1998). Karaktärsdrag som rörelsen generellt sett har gemensamt med en företagslik organisation är att visa självständighet genom sin särart. Rörelsen bygger på ett frivilligt deltagande och är uppbyggd av en rad associerade verksamheter. De har vana vid att verka i nätverk och att samla medlemmar med gemensamma idéer. På samma vis som rörelsen bygger företaget på en frivillig relation till deltagaren. Företaget strävar efter att skapa kontakter och bilda nätverk som kan utveckla en

lojal kundkrets. Trots statens regelstyrning över folkbildningens organisationer (som varade fram till år 1991) har studieförbunden med stöd av det fritt och frivilliga haft ett förhållandevis stort utrymme för självstyrning. En självstyrning som uppmuntrat till flexibilitet och som sannolikt varit till stöd vid studieförbundens inträde på utbildningsmarknaden. Sévon (1996) menar att förebilder som liknar de lokala har lättare att få gehör. De gemensamma karaktärsdragen gör att organisationsmedlemmarna känner igen sig vilket underlättar vid identifiering och anpassning till den nya marknadsrollen. Detta bekräftar studieavdelningarnas självpresentationer som visar en till synes oproblematiserad redigeringsprocess. Redan efter tre år av marknadsstyrning agerar de ansvariga på de sex studieavdelningar som utökat sin verksamheter på ett invariant sätt. I samband härmed framhåller de både sin folkbildningstillhörighet och sin roll som vuxenutbildare. På samma sätt skulle man kunna förstå redigeringen inom förvaltningsstyrda enheter som inte haft samma institutionella förutsättningar som studieförbunden.

En självbild av mer generell karaktär

Till skillnad från den frivilliga organisationen och företaget styrs förvaltningen enligt principer som bidrar till en otydlig och svag karaktärsbild. Enheter inom förvaltningen är inga självständiga aktörer utan styrs av en politisk ledning som har att ta hänsyn till olika åsiktsriktningar som dessutom kan vara inkonsistenta till sin natur. Därför betraktas förvaltningens enheter som ofullständiga organisationer (Brunsson & Sahlin Andersson, 1998; 2000). I en sådan roll är det närmast en fördel att uttrycka sig så allmängiltigt som möjligt. Utförandet av förvaltningsuppgifter sker ofta i samverkan med andra enheter vilket underlättas av en oklar gränsdragning. Dessutom visar sig oftast resultatet av förvaltningens arbete utanför dess gränser. Exempelvis mäts polismyndighetens arbete i kriminaliteten ute i samhället. En annan skillnad från företag är att vissa av förvaltningens uppgifter är av tvingande natur, det vill säga de styrs av lagar och förordningar som organisationen har att rätta sig efter. Följaktligen finns det inga resurser eller tidigare förebilder inom förvaltningen som en företagslik bild kan bygga vidare på. Att skapa självbild av sin organisations verksamhet kan i det ljuset förstås som en främmande aktivitet som inte så enkelt får gehör hos dess medlemmar.

Vid införandet av marknadsidén inom offentlig sektor målas en problembild upp där man vill lägga det gamla bakom sig och införa ett nytänkande, som exempelvis att ”modernisera och effektivisera, att åstadkomma flexibilitet och resultatmedvetenhet” (Sahlin Andersson, 1998, s. 158). Med det nya marknadspråket skall synsättet förändras alltmedan förvaltningen fortfarande har samma uppgifter som tidigare att utföra, vare sig det gäller att bedriva skola, vård och barnomsorg eller indrivning av utestående skulder. Förvaltningens svårigheter att implementera marknadsidén kan därför

förstås mot bakgrund av att idén om marknad mera fokuserar på form än på innehåll. För de förändringsobenägna kan sannolikt produktionen fortgå även i den gamla formen. Att som i studieförbunden förändra innehållet synes kräva en större omställning som mer eller mindre tvingar fram ett nytänkande och ett mer konkret handlingsmönster.

En självbild som förfogar över en egen särart

I motsats till enheter inom förvaltningen förfogar den frivilliga organisationen över en egen särart och material för att bygga upp en sådan. Det idémässiga relationsutbytet i den frivilliga organisationen bygger till stora delar på ett berättande som organisationsmedlemmarna sedan lång tid tillägnat sig för att kommunicera sin verksamhet. Dessutom stämmer i det här fallet studieförbundens profil väl överens med målsättningen i Kunskapslyftet. Den statliga målsättningen i Kunskapslyftet ger uttryck för en ny kunskapssyn som innebär att utbildning handlar om såväl personlig utveckling i medborgarsom i yrkesrollen. Här betonas både formell och reell kompetens, vilket innebär att tillägna sig ämneskunskaper enligt fastställda normer, att utveckla den sociala, kommunikativa och kreativa kompetensen liksom förmågan att lära nytt och att hantera förändringar i arbetsliv och vardag är lika viktigt. I likhet med målsättningen inom den allmänna folkbildningen har utbildnings-satsningen en tydlig fördelningspolitisk profil där de som fått minst av samhällets utbildningsresurser nu skall få mest (Prop.1995/96:222; SOU 1998:51). Studieförbunden har därför varken behövt införa ett affärsmässigt språkbruk eller anställa konsulter, specialiserade på marknadsmodellen. Inte heller har de kritiserats för sitt synsätt när det gäller att bedriva utbildning utan tvärtom uppmuntrats till att bevara det traditionella. I studieförbundens redigering handlar det om att omforma sin rörelseprofil; att återanvända idéer och normer ("recycling") och anpassa dem till nya uppgifter i ett nytt sammanhang. Genom att omforma sin självbild behöver inte studieförbunden gå vägen om affärsspråket för att bli marknadsanpassad, det vill säga för att agera som aktörer på utbildningsmarknaden. Berättelserna om folkbildningens ideologi finns där färdig för användning i det nya sammanhanget på utbildningsmarknaden. Likaså finns det folkbildningsmässiga språkbruket som något för givet taget i kommunikationen med omvärlden. Att ha en vana och en förmåga att ständigt underhålla sin självbild tycks underlätta skapandet av en självbild för ett nytt sammanhang. Med de redan befintliga redskapen (språkbruket) som alltså står som värdemässiga symboler omformulerar organisationsmedlemmarna sin berättelse och anpassar den för ett nytt sammanhang. Följaktligen verkar rörelsestrukturen underlätta vid övergången till en företagslik organisationsform medan förvaltningsstrukturen skulle kunna ses som ett hinder i motsvarande process. De strukturella skillnaderna kan därigenom bidra till att öka förståelsen varför studieförbunden tillämpar

redigeringsreglerna på ett annorlunda sätt i jämförelse med enheter inom förvaltningen.

När verksamheter inom offentlig sektor omorganiseras enligt marknadssidén strävar de efter att skapa fullständiga organisationer, menar Brunson och Sahlin Andersson (2000). En fullständig organisation kännetecknas av att utveckla en "identitet", en "hierarki" och en "rationalitet" (s. 723) Identitet innebär att utåt sett visa självständighet som en egen handlande aktör. Det handlar om att betona särskiljande egenskaper (särart) som organisationen kan profilera sig med. Samtidigt innebär identitet att visa tillhörighet till den kategori av organisationer man företräder. Hierarki syftar på organisationens ledningsstruktur som styr, samordnar och beslutar i verksamheten. Rationalitet innebär att organisationer är intentionella, det vill säga de drivs av ett speciellt mål, syfte eller av en speciell uppgift. Att visa rationalitet i ett affärsmässigt sammanhang skulle kunna innebära att visa upp ett tillfredställande ekonomiskt resultat av sin verksamhet.

Av de tre kännetecknande faktorerna väljer studieförbunden framförallt att utveckla sin identitet och lyfta fram sin särart i uppdragsverksamheten. Det handlar om att utifrån institutionella förväntningar som ställs inom vuxenutbildningen, som exempelvis "okonventionella organisatoriska lösningar, informationsteknologi, ny pedagogik och lärlingsliknande utbildning." (U98.001 okt, 1998), omforma sin rörelseprofil, det vill säga finjustera sin särart så att den bättre passar in i det nya sammanhanget på utbildningsmarknaden. Till skillnad från studieförbunden påvisar Sahlin Anderssons (1998) forskning från enheter inom förvaltningen ett annat sätt att skapa sin bild av den fullständiga organisationen. Genom att öka kundfokusering, kostnadseffektivitet och införa ett tydligare ledarskap inriktar sig förvaltningsenheterna på att förbättra styrningen av verksamheten. Detta bekräftas av Furusten & Lerdell (1998) som menar att införandet av New Public Management innebär att den offentliga sektorn managementiseras så att ledningsfunktionerna liknar dem i "riktiga" företag. En styrning som inriktar sig på att framhålla rationalitet och hierarki med ett språk som anspelar på marknadens framgångsideal (figur 3).

Figur 3: Studieförbundens och förvaltningsstyrda enheters skilda fokus vid redigering av självbild (Petersen, 2006).

Faktorer som kännetecknar en fullständig organisation (Brunsson och Sahlin Andersson 2000)	Identitet med fokus på särart	Rationalitet	Hierarki
	Studieförbunden	Förvaltningsstyrda enheter	

Avslutning

Som uppdragstagare inom vuxenutbildningen har studieförbunden att förhålla sig till en ny form av styrning där stat, kommun eller andra uppdragsgivare fastställer målsättning och utser utbildningsanordnare. Detta kan synas problematiskt då studieförbunden i ett traditionellt perspektiv har verkat utifrån devisen om det fritt och frivilliga. Föreliggande artikel tar sin utgångspunkt i Petersens avhandling (2006). Den belyser hur studieförbunden skapar sina självbilder som aktörer inom den kommunala vuxenutbildningen. Resultatet av de språkliga analyserna visar att de institutionella förutsättningarna, det vill säga den frivilliga organisationens vana att förvalta och utveckla sin särart ger studieförbunden en fördel på utbildningsmarknaden. De studieavdelningar som erhållit uppdrag uppvisar redan efter tre år en tämligen oproblematisks aktörsroll. Studieförbunden omformar sin folkbildningsmässiga särart, framhåller sin idémässiga och humanistiska värdegrund och samtidigt integrerar den med ett språk hämtat från utbildningssektorn. Folkbildningens devis om det fritt och frivilliga som från början var ett mål för folkbildningen framstår i uppdragsutbildningen som ett pedagogiskt medel. En pedagogik grundad på ett synsätt som kan betraktas som en kvalitet i utbildningen. I artikeln diskuteras självbilden som redigering och med hjälp av redigeringsregler förtydligas de normer och värderingar som berättelsens innehåll grundar sig på. Vid en jämförelse av redigering mellan å ena sidan studieförbunden å andra sidan enheter inom förvaltningen kan man konstatera att de skiljer sig åt. Av de dimensioner som kännetecknar en så kallad fullständig organisation (identitet, hierarki och rationalitet), det vill säga där marknadssidan står som förebild, låter studieförbunden sin identitet, sina idémässiga värderingar stå i centrum till skillnad från förvaltningsstyrda enheter som under liknande omständigheter skapar sin självbild genom att lyfta fram verksamhetens effektivitet (rationalitet) och ledarskapsideal (hierarki) utifrån ett affärsmässigt ideal.

Flera folkbildningsforskare är kritiska till uppdragsutbildning inom studieförbundens ram. Exempelvis menar Amnå (1995) att en kontraktering

riskerar att förvandla de frivilliga organisationerna till statens budbärare och att de mjuka intressena kommer i skymundan. Föreliggande studie visar att staten och kommunerna anlitar studieförbunden just för sina pedagogiska kvaliteter. Därmed uppmuntras studieförbunden att bevara och utveckla sin institutionella särart. Oliver (1992) menar att institutioner deinstitutionaliseras, det vill säga försvagas och uttraderas, om de inte längre efterfrågas eller på annat sätt hålls aktuella. Resultatet av språkbruket hos de studieavdelningar som utvidgat sina verksamheter påvisar följaktligen en motsatt utveckling genom att de till stora delar bevarar språkets form och samtidigt ger det ett nytt betydelseinnehåll. Däremot de avdelningar som minskat eller upphört med uppdragsverksamhet och som visar en strävan efter att vidmakthålla språkbruket i dess traditionella form och mening, det vill säga spegla det mot en kontext som inte längre känns igen, skulle möjligen bidra till en försvagning av folkbildningens särart.

Referenser

- Amná, Erik (1995). Det mångtydiga mellanrummet. I Erik Amná (Red.), *Medmänsklighet att hyra*. Örebro: Bokförlaget Libris.
- Andersson, Sten (1992). *Känslornas filosofi*. Stockholm: Stehags Bokförlag.
- Andersson, Eva, Laginder, Ann-Mari & Landström, Inger (2006). *Lärande, IKT och samhällsomvandling*. Stockholm: Folkbildningsrådet.
- Andersson, Per (2005). IT-stött lärande – folkbildning i tiden? I Ann-Mari Laginder & Inger Landström (Red.), *Folkbildning – samtidig eller tidlös? Om innebörder över tid*. Linköpings universitet: Mimer.
- Arvidsson, Lars (2005). Bildningsrevolution: hur gick den till? I Ann-Mari Laginder & Inger Landström (Red.), *Folkbildning – samtidig eller tidlös? Om innebörder över tid*. Linköpings universitet: Mimer.
- Brunsson, Nils & Sahlin Andersson, Kerstin (1998). Att skapa organisationer. I Göran Ahrne (Red.), *Stater som organisationer*. Stockholm: Nerenius & Santeirus.
- Brunsson, Nils & Sahlin Andersson, Kerstin (2000). Constructing organizations. *Organization Studies* 21 (4), 721-747.
- Corbett, Edward P.J. (1990). *Classical rhetoric for the modern student*. New York: Oxford University Press.
- Corbett, Edward P. J & Connors, R.J. (1999). *Classical rhetoric for the modern student*. New York: Oxford University Press
- Czarniawska, Barbara (1997). *Narrating the organization: Drama of institutional identity*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Eriksson, Lisbeth (2006). Studieförbundssamverkan för lokal mobilisering i storstadsområde. I *Årsbok om folkbildning, forskning och utveckling*, sidan 132-148. Stockholm: Föreningen för folkbildningsforskning.
- Ferlie, Ewan, Ashburner, Lynn, Fitzgerald, Louise & Pettigrew, Andrew (1996). *The new public management*. Oxford: Oxford University Press.
- Furusten, Staffan & Lerdell, David (1998). Managementisering av förvaltningen. I Göran Ahrne (Red.), *Stater som Organisationer*. Stockholm: Nerenius & Santérus Förlag.
- Gioia, Dennis, Schulz Majken & Corley, Kevin (2000). Organizational identity, image, and adaptive instability. *Academy of Management Review* 25 (1) 63-81.
- Gustavsson, Bernt (1991). *Bildningens väg: Tre bildningsideal i svensk arbetarrörelse 1880-1930*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Gustavsson, Bernt (2005). Folkbildningens villkor i den senmoderna epoken. I Ann-Mari Laginder & Inger Landström (Red.), *Folkbildning – samtidig eller tidlös? Om innebörder över tid*. Linköpings universitet: Mimer.
- Hatch, Mary Jo & Schultz, Majken (2000). Scaling the tower of Babylon: Relational differences between identity, image and the culture in organizations. I Mary Jo Schultz, Majken Hatch & Mogens Holten Larsen (Red.), *The expressive organization*. Oxford: University Press Oxford.
- Johansson, Inge (1985). *För folket och genom folket*. Stockholm: Liber Utbildningsförlag.

- Lakoff, George & Johnson, Mark (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Larsson, Staffan (2005). Förnyelse som tradition. I Ann-Mari Laginder & Inger Landström (Red.), *Folkbildning – samtidig eller tidlös? Om innebörder över tid*. Linköpings universitet: Mimer.
- Lindgren, Lena, Petersen, Ann-Louise & Ring, Lena (1997). *Excellens i flexibilitet: Utvärdering av folkbildningens insatser för arbetslösa*. Stockholm: Folkbildningsrådet.
- Magnusson, Lars (1998). *Folkbildningens identitet och kännetecken*. Stockholm: Folkbildningsrådet.
- Müllern, Tomas & Stein, Johan (1999). *Övertygandets ledarskap: Om retorik vid strategiska förändringar*. Lund: Studentlitteratur.
- Mustel, Kerstin (2006). *Kartläggning och analys av folkbildningens internationella kontaktnät*. Stockholm: Folkbildningsrådet.
- Nationalencyklopedin (2010). <http://www.ne.se/>
- Neuliep, James W. (1996). *Human communication theory*. Boston: Allyn and Bacon.
- Nörreklitt, Hanne (2003). The balanced scorecard, what is the score? *Accounting Organization and Society*, 28 (6), 591-619.
- Oliver, Christine (1992). The antecedents of deinstitutionalization. *Organization Studies*, 13 (4), 563-588.
- Perelman, Chaïm (1982). *The realm of rhetoric*. Indiana: University of Notre Dame.
- Petersen, Ann-Louise (2006). *Marknadsorientering inom folkbildningen: Fritt och frivilligt i ett nytt ljus*. Göteborg: BAS bokförlag.
- Prop. 1995/96: 222, 6.3; 6.4. *Åtgärder för att halvera arbetslösheten till år 2000*.
- Prop. 1997/98:115. *Folkbildningen*.
- Powell, Walter & Dimaggio, Paul (1991). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality. I Walter Powell & Paul Dimaggio (Red.), *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Ries, Al & Trout, Jack (1985). *Positionering: Kampen om ditt medvetande*. Lund: Studentlitteratur.
- Rövik, Kjell Arne (2000). *Moderna organisationer: Trender inom organisationstänkandet vid millenniumskiftet*. Malmö: Liber.
- Sahlin Andersson, Kerstin (1996). Imitation by Editing Success: The Construction of Organization Fields. I Barbara Czarniawska & Guje Sévon (Red.), *Translating organizational change*. New York: Walter de Gruyter.
- Sahlin Andersson, Kerstin (1998). Att hantera blandade principer. I Göran Ahne (Red.), *Stater som organisationer*. Stockholm: Nerenius & Santerius förlag.
- Sévon, Guje (1996). Organizational imitation in identity transformation. I Barbara Czarniawska & Guje Sévon (Red.), *Translating organizational change*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Sjöstrand, Sven-Erik (1985). *Samhällsorganisationer: en ansats till en institutionell ekonomisk mikro teori*. Lund: Bokförlaget Doxa.
- Sjöstrand, Sven-Erik (1997). *The two faces of management: The Janus factor*. London: International Thomson Business Press.
- SOU 1998:51. *Vuxenutbildning och livslångt lärande*.

- Sundgren, Gunnar (2003). Folkbildningens särart som fenomen och problem. I *SOU 2003:94, Folkbildningens särart*.
- Svedberg, Lars (1993). Utblick mot Danmark. I *SOU1993:82, Frivilligt socialt Arbete*.
- U98.001 (1998). Kunskapslyftet: en unik satsning på vuxenutbildning. *Faktablad*, oktober. Stockholm.