

Caroline Lühning Vinum, Camilla Jensen, Johannes Nira Uch & Lamia Laila Faraj

# SEKSUEL KRÆNKELSE PÅ ARBEJDS- MARKEDET

Fagmodulprojekt i kommunikation  
vejledt af Lotte Bornemann

**DEN 06. JANUAR 2021  
ROSKILDE UNIVERSITET**

V2025028986

## Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse	3
Læsevejledning	5
Indledning	7
<b>Problemfelt og problemformulering</b>	8
<b>Teori</b>	11
Videnskabsteori	11
Foucault	12
Dervin	13
Receptionsanalyse	14
Dutta	16
<b>Metode</b>	18
Etnografisk metode	18
Kvalitativ metode - interviewet	18
Etiske overvejelser	19
Interview ledere	21
Interview ansatte	22
<b>Analyse</b>	24
Arbejdstilsynets kampagne "Hvor går grænsen?"	24
Arbejdskultur ledere	25
Arbejdskultur ansatte	27
Konflikthåndtering ledere	28
Konflikthåndtering ansatte	30
Hvor går grænsen?	31
1. receptionsanalyse - Arbejdstilsynets dialogkort	32
Designrationale	35
2. receptionsanalyse - vores dialogkort	37
<b>Endelige produkt</b>	40
<b>Konklusion</b>	42
Fejlkilder	44
Litteraturliste	46
Formidlingsartikel	48

**Læsevejledning****Seksuel chikane/seksuel krænkelse**

Vi har i projektet anvendt begreberne seksuel chikane og seksuel krænkelse på samme måde.

I Den Danske Ordbog defineres chikane og krænke således:

*Chikane; substantiv "bevidst, ondskabsfuldt drilleri eller forfølgelse"*  
(Den Danske Ordbog)

*Krænke; verbum "skade eller begå overgreb mod nogens ære, selvfølelse el.lign." (Den Danske Ordbog) eller "støde private eller almene følelser, sociale, moralske eller religiøse normer el.lign." (Den Danske Ordbog)*

Vi har her i projektet, ikke forholdt os til om den krænkende seksuelle adfærd er bevidst/ubevidst, eller på selve krænkeren og den der bliver krænket.

Vi har taget udgangspunkt i, hvordan selve situationen kan se ud for andre personer, og prøvet at lade det være op til den enkelte person/modtager, at definere hvad der er acceptabelt eller ikke. Derfor har det ikke været vigtigt, at definere om det har været bevidste/ubevidste handlinger, men mere om det kan være stødende for nogen. Derfor har vi valgt at bruge termen seksuel krænkelse, undtagelsesvis når det gælder lovgivning, eller når der bliver henvist til tekster/artikler/lign. hvor der bliver brugt seksuel/sex chikane.

**Informanter**

Vi har på baggrund af anonymiteten af vores interviewpersoner, valgt at kalde dem for deres initialer i opgaven.

Aliaserne er opstillet således, at det bagerste bogstav, enten "L" eller "A", tilkendegiver deres stilling, hvor L står for leder og A står for ansat.

ML er den mandlige leder, og AL er den kvindelige leder. JA, er ansat under AL, og KA er ansat under ML. Begge ansatte er kvinder, JA er studentermødehjelper, mens KA er ansat i en fuldtidsstilling.

**Indledning**

Mennesket bruger cirka  $\frac{1}{3}$  af sin hverdag på arbejdspladsen. Derfor er det essentielt at arbejdspladsen er et godt og trygt sted, hvor både det fysiske og psykiske arbejdsmiljø er tilfredsstillende. Især det psykiske miljø, hvor seksuel krænkende adfærd finder vi relevant, da problematikken kan have negative konsekvenser for den det går udover (Heinskou et al, 2017).

Det kan dog være svært at definere hvornår noget er seksuel krænkende, og hvor den enkelte persons grænse er. For hvad der er seksuel krænkende for én, er ikke nødvendigvis gældende for alle andre.

Vi vil i dette projekt undersøge, hvordan der gennem dialog kan skabes en kulturændring på arbejdspladser. Dette vil vi gøre med fokus på marketingafdelinger, for muligvis at mindske seksuel krænkelse. Projektet vil have et socialkonstruktivistisk perspektiv, da der blandt andet lægges vægt på, at der ikke er en objektiv sandhed. Derudover vil der i projektet blive præsenteret teori fra Mohan J. Dutta og Michel Foucault. Disse vil være med til at belyse kultur- og livssynet hos målgruppen (se bilag 8), samt de magtforhold der er og kan skabes i kulturen. Den evaluerende tilgang har været vigtigt for projektet, og en stor del af analysen bygges derfor på Kim Schrøders receptionsanalyse og empiri fra målgruppen, således at produktet bedst muligt passer til målgruppen.

**Problemfelt**

Arbejdsmiljøet er siden den første #MeToo kampagne blevet sat endnu mere i fokus. Den globale bevægelse brød igennem i 2017 i Hollywood, og blev dernæst hurtigt et kendt fænomen i større dele af verdenen. Kampagnen har siden vakt enorm debat indenfor ligestilling hos køn, seksualitet og sociale mediers effekt. Kampagnen har på mange måder resulteret i et viralt rum og fællesskab, hvor mænd og kvinder kan udvise solidaritet for kvinder. Efter den anden bølge hvor Sofie Linde delte sin personlige historie om seksuel chikane, fik #MeToo sit gennembrud i Danmark. Hun beskrev i hendes tale hvilken krænkende adfærd hun som nyansat hos DR blev udsat for (Stock, 2020). Siden er der startet en bevægelse, hvor kvinder fra forskellige brancher står frem, for at dele deres personlige oplevelser med seksuel krænkel- se, samt forsøge at mindske fremtidige episoder (Maach, 2020).

På arbejdsmarkedet forventes det, at ansatte agerer og handler professionelt og udviser respekt til sine kolleger. Det kan dog ske, som Sofie Linde eksempelvis udpeger i hendes tale til Zulu-awards, at uhensigtsmæssig upassende opførsel kan opstå, selv ude i arbejdslivet. Mange ansatte i virksomheder, herunder særligt kvinder, har oplevet at blive udsat for krænkel- se af seksuel karakter på arbejdsmarkedet (Løvgren, 2019).

I dette kommunikationsprojekt vil der forsøges at skabe dialog, for at mind- ske tilfælde af seksuel krænkel- se ude på arbejdsmarkedet. For at mindske problematikken så meget som muligt, vil vi tage udgangspunkt i ledelsen, da denne målgruppe er dem, som har størst mulighed for at handle på proble- met. Mere specifikt, vil målgruppen, som behandles i dette projekt tage af- sæt i ledere indenfor marketing. Dette er grundet, da det tæt knytter sig med kommunikation, som dette fagmodulprojekt er forankret i. Motivationen for denne målgruppe er desuden, at marketing er et område, som gruppen kan ende med at arbejde i. Derfor vil en optimering af krænkel- sekulturen i dette felt, kunne medvirke til et bedre arbejdsmiljø for nuværende ansatte og mu- ligvis på længere sigt gruppen.

Kvinder er oftere end mænd ofre for seksuel krænkel- se. Selvom begge køn kan udsættes for seksuel krænkel- se, er det typisk kvinder som står for skud (Berdahl, 2007). Ifølge Fagbevægelsens hovedorganisation (Løvgren, 2019) foregår krænkel- se af seksuel karakter desuden oftest mod ansatte i midler- tidige arbejdsstillinger, eksempelvis praktikant- og studenteransatte. Af den grund er de primært udsatte kvinder med tidsbestemte arbejdsstillinger.

Ifølge fagbevægelsens hovedorganisation oplever kun hver tredje medarbej- der, at deres arbejdsplads gør opmærksom på, at seksuel chikane er uac- ceptabelt (FHO, 2019). Dette betyder at der stadig er en stor andel, som ikke oplever deres arbejdsplads giver nogen opmærksomhed til problematikken om seksuelle krænkel- ser. Visionen er derfor, at nå ud til lederne, med fokus på at skabe en kulturændring på arbejdspladsen, således at problemet vil kunne behandles fremadrettet.

Arbejdstilsynet (herunder AT) lavede i 2019 kampagnen "Hvor går grænsen", hvor de forsøger at italesætte problematikken ude på arbejdsmarkedet (Bi- lag 1). Kampagnens målsætning er, at beskytte arbejdspladsen og arbejds- miljøet mod seksuelle krænkel- ser. Til kampagnen har AT udformet materiale i form af dialogkort, pjecer, videoer og plakater.

Seksuel krænkel- se er noget, som kan betragtes forskelligt fra individ til individ. Af den grund kan det være svært, at definere hvornår der er tale om krænkel- sende opførsel, derfor vil projektet fokusere på at skabe dialog mellem lederne på den enkelte arbejdsplads, således emnet kan blive italesat. De eksisterende dialogkort som er udformet af AT, er skabt til fordel for ansatte på de forskellige arbejdspladser. Dog er det som nævnt tidligere, ledelsen som har størst mulighed for at skabe adfærds- og kulturændringer, derfor vil dette projekt fokusere på at skabe dialog hos dem. Derfor vil dette projekt fokusere på, at udforme nye dialogkort med afsæt i AT's, således at målgruppen bliver ledelsen.

Dette fokus er udsprunget fra idéen om, at ledelsen ikke har nok indsigt i seksuel krænkel- se i deres medarbejdergruppe og derfor ikke har retningslin- jer, for at mindske problemet. Dette er desuden den hypotese, som i projek- tets analysefase og empiriske undersøgelse vil forsøges be- eller afkræfte. Derfor er vi kommet frem til følgende problemformulering:

**Problemformulering**

*I hvilket omfang kan en videreudvikling af Arbejdstilsynets kampagne om seksuel krænkel- se, skabe en kulturændring og mindske tilfælde af seksuelle krænkel- ser i marketingafdelinger, gennem dialog?*

**Videnskabsteori**

Den valgte videnskabsteori udvælges på baggrund af projektets virkelighedssyn. Dette vil sige, at den fremlagte videnskabsteori ligger til grunde for de beslutninger som træffes gennem projektets forløb. I følgende afsnit vil den socialkonstruktivistiske tilgang blive præsenteret og redegjort for. Videnskabsteorien vil ligeledes blive anvendt under de enkelte teorier, som introduceres senere i dette afsnit.

**Socialkonstruktivisme**

Socialkonstruktivisme er en tradition som omhandler, at intet i sig selv har en mening eller værdi. På den måde kan man sige, at intet i sig selv har en eksistens. I denne tradition tilegnes aktører (både subjekter og objekter) værdi og mening gennem sociale betydningsforhandlinger.

Alle konstruktivismen har en perspektivistisk epistemologi: Erkendelsen er radikalt afskåret fra virkeligheden. Vi vil aldrig kunne producere objektiv viden om virkeligheden "i sig selv". Hvad forskningen kan komme frem til, er en række konstruerede sandheder, som giver mening ud fra et bestemt perspektiv.

Socialkonstruktivismen har en anti-realistisk eller anti-essentiell ontologi. Sociale fænomener har ikke en essens, og der findes ingen "dybere sandhed" derude om sociale fænomener, intet væsen bag fremtrædelsesformerne og ingen faste strukturer, som med nødvendighed sætter sig igennem (Bille, 2019).

I forhold til vores udvalgte informanter, har vi blot taget et udsnit af vores målgruppe. Her er en vigtig pointering, at informanterne kan have flere tidligere erindringer eller erfaringer, der kan være grundlag for de forskellige udtalelser. Dette kan også forbindes med socialkonstruktivismen, da udfaldet kunne variere alt efter valg af informanter, selvom informanterne går under samme målgruppe.

Der vil i redegørelsen af teorierne, komme nærmere på hvorfor, vores valgte teoretikere passer med socialkonstruktivismen.

## Teori

Dette teoriafsnit indledes med henblik på, bedst muligt at besvare problemformuleringen. I dette afsnit vil der blive inddraget teorier fra Dutta, Dervin og Foucault. Kultursyn vil blive opremset gennem Duttas teori om den kulturcentrerede tilgang, hvorpå Dervin introducerer livssyn gennem 'sense-making' tilgangen. Hertil vil Foucault blive præsenteret i lyset af magtforhold, hvor hans magtopfattelse vil blive indledt indenfor arbejdsmiljøet, samt dialogkort som redskab. Ydermere vil vi præsentere Schrøder 5 dimensioner gennem hans receptionsanalyse, således der kan foretages en evaluering af et kommunikationsprodukt.

### Foucault

Michel Foucault var en fransk filosof og idéhistoriker. Foucault var kendt for sin teori indenfor diskurser, magtforhold og psykiatri. Indenfor magtopfattelsen står Foucault i kontrast til den traditionelle forståelse af magt<sup>1</sup> (Villadsen, 2013). Foucault bidrager i vores projekt med hans teori om magt og magtrelationer. Og centralt for dette projekt, hvordan magt opfattes i marketingafdelinger i virksomheder.

Ifølge Foucault beskrives magt som en "usynlig force". Han argumenterer for, at magten ikke eksisterer i sig selv, men kun som en udøvende magt. Med det menes der, at der er magt i alle relationer, uden at vi nødvendigvis tænker over det. Han anskuer magt som diskontinuerlig, uforudsigelig og i sig selv kun kan eksistere i situationen. Magten kan tage form på utallige måder og kan udtrykke sig i mange relationer og af denne grund beskriver Foucault magten som et relativt begreb (Foucault, 1982).

I modstrid til dette er magt traditionelt set noget som man kan have, og noget som man kan miste. Magt er her en position som kan erhverves, således at man kan bestemme over et forløb og andre individer (IBID).

Foucaults generelle perspektiv på magt er i opposition med den traditionelle magtopfattelse og derfor dynamisk og decentreret. Magten kan her tage uforudsigelige drejninger, i forbindelse med nye aktører eller perspektiver, som blander sig i givne emner eller sager. Dette kan eksempelvis være når en arbejdsopgave skal bedømmes af folk fra forskellige kompetencer, hvor de indbyrdes kan have forskellige holdninger til opgavens kvalifikationsniveau. Dette kunne også være hvis en elev stiller spørgsmål der underminerer dét læreren fortæller, således magtrelationen ændres, og eleven får magten. Foucault beskriver magt som mere end blot besiddelse af overherredømme, og dermed som en strategi, kamp og udøvelse (IBID).

Endeligt beskriver Foucault begrebet governmentality, som henviser til magtforholdet mellem samfundet og dets folk. Her ses magten som noget

<sup>1</sup> Magt; substantiv, fælleskøn

"det at have position og midler til at bestemme over andre eller til at styre forløb og begivenheder" (ordnet, nd.)

der spredes fra centrum og bredes ud i samfundet. Governmentality betegner samfundets ønske om, at dets borgere træffer beslutninger for dem selv, som vil være til fordel for samfundet.

Foucault har relevans i dette projekt, idet projektet kredser omkring magt i virksomheder. Førnævnte kan ikke fungere uden magt og derfor er dette begreb en vigtig faktor i dette projekt. Det er dog vigtigt at tage i betragtning, at Foucault netop ikke interesserer sig i magten som værende knyttet til bestemte individer eller roller. I stedet beskæftiger han sig med konkrete magtrelationer (Hardy & Leiba-O'Sullivan, 1996).

Ledere har et ansvar og en magt over deres ansatte, således de trives bedst muligt på arbejdspladsen. Idet ledere har et ansvar i at sikre et godt arbejdsmiljø for deres ansatte, vil kommunikation målrettet ledelsen, bidrage til at optimere det sociale aspekt på arbejdspladsen.

Socialkonstruktivismen hævder at alt, og derfor også magthavere, tolkes forskelligt, idet alle individer kommer fra kulturer bestående af forskellige betydningshandlinger. Derfor understreger socialkonstruktivismen magten, som et relativt begreb.

### Brenda Dervin

Vi vil i dette projekt kigge på Brenda Dervins teori, med udgangspunkt i hendes Sense-making tilgang (the Sense-Making Approach). Sense-making har været under udvikling siden 1972 og har siden starten forsøgt at forstå kommunikation, fra et mere dialogisk perspektiv (Dervin, 2003). Denne teori bidrager hovedsageligt til forståelse til design og kommunikationsindsatser. Dervin har udviklet Sense-Making tilgangen for at belyse, hvordan man som afsender bedst muligt kan undersøge målgruppens livsverden og relevansopfattelse, ud fra individets kognitive aktiviteter gennem dialog (IBID). Ifølge Dervin skaber kommunikative kampagner nemlig kun mening hos modtageren, når kampagnen passer med modtagerens livssyn. Seksuel krænkelser kan opfattes på mange forskellige måder, og det er derfor en problemstilling, som 'Sense-Making' kan være med til at skabe dialog om og derved skabe 'mening'.

Et af hovedaspekterne ved 'Sense-Making' er forståelsen af, at den sociale struktur vedligeholdes og ændres af individuelle kommunikationshandlinger, herunder dialog. Det forventes at folk handler og agerer efter de vaner og rutiner de har gennem livet, men vigtigt her er også, at disse er foranderlige og derfor kan ændres hele tiden. Dette understøtter socialkonstruktivismen i og med individet, og kulturen omkring, er under konstant udvikling. Udviklingen af kulturen er ens med socialkonstruktivismen, da ændringen opstår gennem den sociale kontekst, da man gennem kommunikationen mellem individer og grupper ændrer en bestemt opfattelse af adfærden. Ved at mennesker i en bestemt kultur, deler deres holdninger og tanker om bestemte situationer, og muligvis diskuterer disse, kan det være med til at skabe homogene regler og mønstre i kulturen (Dervin & Frenette, 2003).

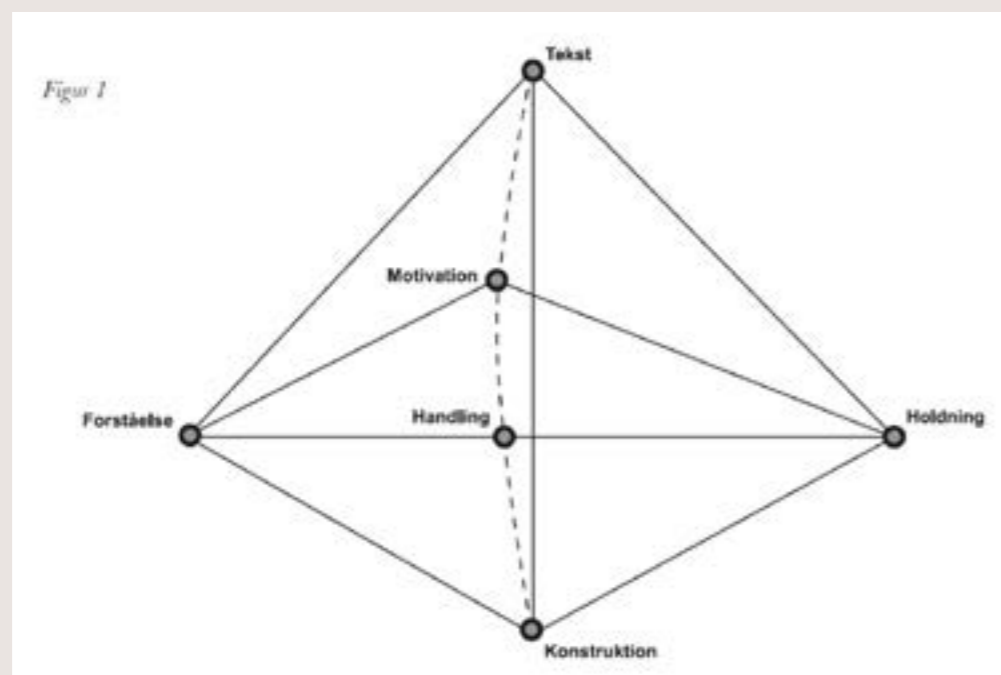
Denne form for 'Sense-Making' vil i dette projekt bruges til at understøtte vores receptionsanalyse, for at forstå hvordan modtagernes livssyn er, og hvordan modtagerne forstår både AT's dialogkort, og vores egne dialogkort. Derudover vil det også bruges som et redskab til at beskrive dialog kortene, således at der bliver skabt en samlet forståelse for hvad seksuel krænkelse er.

### Receptionsanalyse

I forlængelse med Dervin, forsøger Schrøders receptionsteori, at beskrive hvorfor målgruppen handler, tænker, føler og agerer på en bestemt måde, ved brug af et specifikt medieprodukt. I og med receptionsteorien står i forlængelse med interviewet, kan de forskellige udtalelser bag metoden forstås og tolkes på flere måder. Her udvælger vi, som forskere den information, vi finder relevant til at analysere og handle derfra. I forhold til socialkonstruktivisme, kunne vores fremgangsmåde og udvælgelse af udtalelse, udføres på flere forskellige måder, derfor er det også essentielt at nævne, at vores fremgangsmåde og valg er kun én ud af mange muligheder.

Receptionsanalyse går i sin helhed ud på at undersøge hvordan et givent medieprodukt, som i dette tilfælde er dialogkort, bliver modtaget og oplevet. Dette gøres ved at analysere, hvordan AT's dialogkort tolkes og forstås ud fra empiriske og kvalitative undersøgelser, som bygger på fire semistrukturerede interviews.

For at undersøge dette vil vi benytte os af Kim Schrøders teori om mediereception og den multidimensionale model. Schrøder mener at den multidimensionale model dækker alle de generelle aspekter, som er helt essentielle for at belyse og analysere de givne medieprodukter (Schrøder, 2003). De fem dimensioner som Schrøders model bygger på, er motivation, forståelse, konstruktion, holdning og handling.



Denne model viser hvordan de 5 dimensioner er forbundet med hinanden og 'teksten', som i dette tilfælde er AT's og vores dialogkort (IBID).

**Motivation:** Motivation bygger grundlæggende på, hvor motiveret modtageren er, herunder også hvilken form for motivation. Denne dimension handler i bund og grund om den relevans-relation, som eksisterer mellem modtagerens livsverden, samt teksten og brugssituationens univers, herunder nysgerrighed og interesser (Schrøder 2003).

**Forståelse:** Forståelsen handler om hvordan modtageren forstår medieindholdet. Herunder om det er denotativt eller konnotativt. Denotativt betyder den grundlæggende eller neutrale betydning, hvorimod konnotativt betyder medbetydning (IBID).

Med denne dimension, kan vi klarlægge om der er en klar forståelse af afsenderens budskab, samt den måde modtageren forstår medieproduktet på.

**Konstruktion:** Denne dimension ser på om modtageren er bevidst kritisk overfor medieproduktet. Om modtageren er medieproduktets medspiller eller modspiller, om modtageren forstår medieproduktet, dens mening samt virkemidler (IBID).

*"...dens intertekstuelle relationer, dens ironi og humor, dens grafiske udformning, osv." (IBID).*

**Holdning:** Holdning kigger på hvad modtagerens subjektive holdning er til medieproduktet. Om modtagerens holdning er positiv og accepterende, eller negativ og uenig i medieproduktets budskab og oplysning. Derudover kan denne dimension, fortælle om hvorvidt modtageren føler sig eksempelvis trist, glad eller ked af det (IBID).

**Handling:** Handling siger noget om hvordan medieproduktet bliver brugt i modtagerens dagligdag overfor andre individer (IBID).



**Mohan J. Dutta**

Mohan J. Dutta (herunder Dutta) er kommunikationsforsker og har udarbejdet to teoretiske kultursyn, den kulturcentrerede tilgang og den kultursensitive tilgang. Begge kultursyn tager udgangspunkt i en bestemt adfærdsændring, indenfor sundhedspåvirkninger (Dutta, 2007).

Dutta arbejder ud fra to forskellige tilgange, den kultursensitive tilgang, samt den kulturcentret tilgang. I dette projekt bruger vi udelukkende den kulturcentret tilgang.

Dutta beskriver den kultursensitive tilgang, som har til formål at udvikle kulturelt passende kommunikation, i forsøget på at ændre adfærd og holdninger. Derudover beskriver Dutta den kulturcentrerede tilgang, som fokuserer på at ændre sociale strukturer gennem dialog med kultur medlemmer, og giver dermed plads til marginaliserede kulturelle stemmer (IBID).

Ved den kulturcentrerede tilgang betragtes kulturen derimod gennem et anti-essentialistisk/konstruktivistisk syn. Med dette menes der, at kultur netop ikke er statisk, men derimod dynamisk og skiftende i takt med sociale betydningsforhandlinger, der sker i de indbyrdes kulturer under specifikke kontekster. Ved den kulturcentret tilgang til kampagner, anses kulturen altså som noget der kan ændres ved hjælp af dialog. Dette gøres ved at inddrage selve personerne i kulturen, med formål at ændre og udfordre deres holdninger og meninger til et givent emne (IBID).

I dette projekt vil den kulturcentrerede tilgang være den dominerende fremgangsmåde, idet projektets produkt vil blive udformet, i samarbejde med ledere. Vi som afsender af produktet, der også kan tolkes som de eksterne eksperter, vælger at inddrage målgruppens synspunkter og holdninger til udformningen af kommunikationsproduktet. Derfra adskiller produktet sig fra den kultursensitive tilgang og knytter sig til den kulturcentrerede tilgang, idet målgruppen inddrages til forståelse af kultursynet. Produktet i dette projekt vil derfor tage afsæt i en kultur, som er dynamisk og skiftende. Dette understøtter den socialkonstruktivistiske tilgang, idet der ikke findes én endegyldig sandhed og alle holdninger har relevans. Dette vil sige, at seksuel krænkelse er et emne, som tolkes forskelligt og derfor defineres afhængigt af den sociale kontekst. Derfor er det tiltænkt at Duttas teori, kan være med til at forstå ledernes og medarbejdernes kultursyn, og undersøge om der er en forskel i disse to. Dette vil kunne gavne produktudviklingen, således at når der bliver præciseret et konkret kultursyn, for både medarbejderne og ledelsen, vil produktet passe ind i kulturen.

Endvidere vil Duttas kultursyn skabe forståelse af det generelle kultursyn på en arbejdsplads, og desuden kunne bidrage til en bredere forståelse for handlingsmønstrene på en given arbejdsplads.

## Metode

I følgende afsnit vil metoderne for dette projekt blive præsenteret. På baggrund af den kulturcentrerede tilgang, hvor målgruppens deltagelse er essentiel, vil metoden indledes med den etnografiske metode, da der ønskes kontakt til vores målgruppe. Metoderne herunder vil være det kvalitative interview, da interviewet vil skabe indsigt og forståelse i arbejdskulturen, hvor krænkelser finder sted. Dertil vil der foretages fire kvalitative interviews med to ledere og ansatte i to forskellige virksomheder indenfor marketing. Hertil vil gruppens fremgangsmåde, etiske overvejelser og relationer til informanterne præsenteres.

### Etnografisk metode

Med udgangspunkt i Dervins teori, om vigtigheden i dialog mellem afsender og modtager, har vi valgt interview, som værende den overordnede metode i projektet. Selve fremgangsmåden vi ønsker at arbejde med, er ude i feltet, med mulighed for at opsøge kontakt til vores målgruppe. Denne fremgangsmåde hører under den etnografiske metode. Ved at udføre feltarbejde og empiriske forstudier gennem metoden, vil vi danne personlige data om holdninger, adfærd, sociale forhold eller tendenser indenfor det givte miljø. Disse elementer kan foregå både gennem en kvalitativ og kvantitativ tilgang, alt efter den ønskede undersøgelse, der kan berige forskningens analyse (Vallgård & Koch, 2011).

Når man forholder sig til den sociale kontakt med aktørerne, er der flere betydningsfulde faktorer man kan analysere på. Det kan eksempelvis være den mundtlige kommunikation, kropssprog og informantens fysiske tegn. Disse faktorer kan have diverse fortolkninger og forståelser, derfor er det essentielt at pointere de forskellige handlinger ud, der eksempelvis vurderer stemningen, såsom om informanten føler sig utilpas eller utrygt under et interview. Ved at inddrage dokumentation gennem empirien, styrker man den stemningsbelagte delkonklusions validitet, der gør processen mere fyldestgørende (IBID).

Selve feltarbejdet har været udfordrende, grundet Covid-19, der fylder i det danske samfund. Hertil følges en opfordring at arbejde hjemme, samt mindske ens sociale kontakt. Derfor har den etnografiske metode ikke været lige til, og vi har drevet til mere teknologiske redskaber for at udføre vores valgte metoder. Flere af metoderne inden for etnografien, har vi valgt at foretage på Microsoft Teams. Modulet Teams har enheder såsom dannelse af møder, samt dele skærme og filer med de pågældende i chatten. Hertil har vi kunnet bedst muligt danne de personlige og trygge rammer gennem videochat, samt fremvise både vores og AT's dialogkort. Dog er der flere udfordringer der gør sig gældende online, såsom tekniske problematikker med tilfældige lyde, eller fremvisning af filer. Derudover har det heller ikke været muligt at tolke på kropssproget eller fysiske handlinger, og tilgangen bliver i stedet dels overfladisk da stemningen bag interviewet vurderes ud fra fyldord og egne fornemmelser.

## Kvalitativ metode

### Interviewet

Indenfor den etnografiske metode benytter vi os af interviewet. Selve interviewmetoden er del af den kvalitative metode, der medvirker til indsamling af empiri, der både kan sammenflettes i analysen og problemfeltet. Indsamlingen af empirien foregår via deltagelsen, der skaber en social proces mellem forskeren og de pågældende aktører (IBID).

Den indsamlede empiri, der skabes gennem metoden, medvirker ifølge forfatterne til en bearbejdet og konkret analyse, med udgangspunkt i forskningens problemfelt. Vallgård og Koch mener den kvalitative metode danner mulighed for unikt, defineret og essentielt empiri, med afsætning i forskningens behov. Hertil er den pågældende empiri ikke tilgængelig på databaser og kan hverken læses i eksisterende litteratur, da forskeren selv har dannet resultater ud fra eget feltarbejde (IBID).

Som det står i ovennævnte, hører interviewmetoden under den kvalitative metode. Selve interviewmetoden finder vi relevant for projektet, idet vi ønsker at opnå kendskab til vores udvalgte aktører, som vil kunne give en personlig fortolkning, der vil bidrage til vores viden. Med udgangspunkt i Kvale og Brinkmanns værk "Interview - det kvalitative forskningsinterview som håndværk" (2015) vil der redegøres for interviewmetoden og de opsatte interviewtyper. Ifølge Kvale og Brinkmann er det kvalitative interviews formål, at afklare eller styrke individets viden indenfor bestemte tendenser og problemstillinger, hvilket vil foregå gennem feltarbejdet, hvor der opstår kontakt mellem forskeren og aktøren (IBID).

Kvale og Brinkmann mener, at interviewspørgsmålene er vigtig for udførelsen, eftersom spørgsmålene skal medvirke til at guide interviewet. Dette vil medføre forskerne danner mest nytte og information som resultat. Det er væsentligt at spørgsmålene er gennemtænkte og tager afsæt i emnet, samt opstillingsvis er struktureret, da det vil medføre en mere glidende og sammenfattende empiri.

### Etiske overvejelser

Vores udvalgte interviewspørgsmål og håndtering af emnet er sårbart, derfor måtte vi gennemgå flere etiske overvejelser. Flere personer der udsættes for seksuel krænkelse føler ofte skam og skyld, dette gør sig også gældende for dem med ansvar for personerne, som i vores tilfælde ledere og chefer (BFA, 2019). Emnet seksuel krænkelse vil derfor til at starte med i interviewet med lederne fremstå sekundært, og i stedet vil interviewet til en start blive introduceret, som en undersøgelse af arbejdsmiljøet og konflikthåndtering. Interviewspørgsmålene vil ligeledes kredse omkring arbejdsmiljøet og ledelsens relationer til deres kollegaer. Til sidst vil vi fortælle hvad projektets egentlige hovedfokus omhandler, for at vurdere om den indsamlede empiri er tilstrækkelig. Lederne vil under interviewet have muligheden for at trække sig, hvis de ikke ønsker at udtale sig.

Spørgsmålene vil desuden være ens, med interviewet af medarbejderne i den pågældende virksomhed, for at undersøge om opfattelsen af arbejdsmiljøet er ensartede med lederne. Dette gøres også ud fra, at undersøge om der er et behov for et struktureret værktøj til konflikthåndtering af seksuelle krænkelser.

Ydermere vil vi under interviewet præsentere lederne og de ansatte for AT's kampagne "Hvor går grænsen" og specifikt fremvise informanterne udvalgte dialogkort. Dette gør vi på baggrund af en ønsket reaktion og synspunkt, af AT's dialogkort som virkemiddel til håndtering af konflikter.

De dialogkort fra AT vi ønsker at fremvise, er udvalgt efter cases der kan forekomme på en arbejdsplads. Dette indebærer verbal og non-verbal mobning og herunder toner af seksuel krænkelse eller chikane. Det er eksempelvis:

*"Et par kollegaer omtaler nye ideer som 'svansede'"* (AT, bilag 1)

*"Til julefrokost ser du, at en kollega befamler en anden kollega, der er meget beruset"* (AT, bilag 1)

AT's dialogkort som vises til målgruppen, er valgt med henblik på, at vi ikke ønsker at komme alt for tæt på emnet om seksuel krænkelse. Derudover tilstræbes det, at informanterne føler sig tilpas og kan udtrykke sin holdning og erfaringer under trygge rammer.

I alle interviews, som er foretaget i dette projekt, anonymiseres informanternes navne ved brug af aliaser, da emnet som sagt er følsomt. På baggrund af dette forventer vi, at informanten vil deles deres ærlige meninger, trods det sårbare emne.

Overordnet er der meget at planlægge, når man skal udføre et interview. For at danne et større overblik over indholdet af planlægningen og resultatet, har Kvale og Brinkmann opstillet flere forskellige interviewtyper. Disse interviewtyper kan man sætte op mod det forventede resultat, således man ikke overanstrenger sig med unødvendigt eller for meget indhold, som ikke er relevant for forskningen. I projektet vil det semistruktureret interviewtype være dominerende. Dog vil det uformelle interview også blive brugt. Derfor vil vi ud fra Kvale og Brinkmann beskrive disse to interviewtyper (IBID). Kvale og Brinkmanns beskrivelse af det uformelle interview, hænger sammen med titlen, der hentyder til den type af interview, som kræver mindst forberedelse. Ifølge Kvale og Brinkmann minder det uformelle interview, om en almen samtale mellem personer, hvor der ikke følges en struktureret interviewguide, målsætning eller nogen velovervejede interviewspørgsmål. Eftersom interviewet er uformelt, har det også betydningen, at mødet eller samtalen mellem forskeren og informanten ikke er planlagt.

Her kan den mindre planlægning have konsekvenser for transskriberingen, da den ikke er nøje gennemtænkt og i stedet skrevet ud fra hvad transskribenten kan huske (IBID).

Det semistrukturerede interview er en anden interviewtype, der ifølge Kvale og Brinkmann er en mere grundig og planlæggende interviewtype. Ifølge forfatterne har forskeren klargjort en interviewguide, der kan forekomme gennem velovervejede interviewspørgsmål eller målsætninger for empirien, således interviewet har begrænsninger og et gennemtænkt formål. Denne interviewtype er ifølge forfatterne den oftest brugte interviewtype blandt forskere. Interviewtypen tager næsten kun udgangspunkt i et enkelt interview med informanten i feltet, der skal sikre brugbart data til empirien (IBID).

### Interview med ledere

Vi har i dette projekt interviewet to ledere. Det første interview fandt sted Mandag d. 23. november i tidsrummet 12:00-13:00 med AL. Virksomheden indeholder flere afdelinger og huser 14.413 ansatte globalt, heraf omkring 2.100 ansatte i Danmark. AL er ledere for flere forskellige afdelinger indenfor markedsføring, og har derfor ansvar for et større antal mennesker (MAN, 2017). Interviewet med AL skulle skabe indblik i vores målgruppes indsigt i arbejdsmiljøet, samt give en vurdering af AT's dialogkort.

Interviewet foregik med blot et gruppemedlem over webcam på Microsoft Teams, da gruppens medlem har et nært forhold til AL gennem arbejdet, og derfor lettere vil kunne komme med eksempler i cases foregående i virksomheden. Ved at benytte én enkelt interviewer med kendskab til AL, samt udføre interviewet gennem webcam mellem to individer, medførte disse tiltag at AL følte sig tryk og dermed var mere åben omkring emnet. AL blev ikke overvældet af flere stemmer fra gruppen og dialogen blev derfor mere flydende. Indenfor Kvale og Brinkmanns interviewtyper, indsættes interviewet som værende semistruktureret, da vi forinden interviewet havde klargjort interviewspørgsmål henvendt til emnet konflikthåndtering og "Hvor Går Grænsen" kampagnen. Under spørgsmålene havde vi udarbejdet enkelte underspørgsmål, således vi sikrede interviewet ikke kom på et sidespor, samt intervieweren stadig kunne fastholde sig til de vigtigste punkter i spørgsmålene. Derudover havde gruppen også lavet flere målsætninger, såsom at komme indirekte ind på seksuel krænkelse. Dette var centralt, da vi hverken ønsker at støde AL eller virksomheden. Interviewtypen har medført, at vi flere gange er dels velovervejede i dialogen, samt griber det personlige emne, der ligger i seksuel krænkelse hensynsfuldt an.

For at skabe større indsigt på vores målgruppe (se bilag 8) og få flere perspektiver på AT's dialogkort interviewede vi ML d. 25. november 2020 mellem 12:30-13:00. ML er chef for marketing og produkt, samt afdelingsleder i den TDC-NET ejet virksomhed Dansk Kabel TV, for 11 personer. Virksomheden er lokaliseret syv forskellige steder omkring i Danmark og rummer 650 ansatte, hvor 250 arbejder på kontor (ML, bilag 3). Virksomheden udbyder teknisk assistance til TDC's kunder, både gennem fysisk assistance og telefonisk vejledning. Derudover indeholder virksomheden flere applikationer indenfor kommunikation, produktion, dataindsamling mm.

Interviewet med ML er ligeledes tidligere beskrevet et semistruktureret interview. Til dette interview havde vi en interviewer fra gruppen, med tilknytning til ML. Ligeledes beskrevet i tidligere interview, vil der efterstræbes en indirekte fremgangsmåde til seksuel krænkelse, da vi ikke ønsker direkte at lede samtalen ind på emnet.

Vi oplevede nogle problematikker i forhold til at ML, fandt emnet konflikt-håndtering personligt og var derfor ikke ligeså tilstrækkeligt til at tale åbent, hvilket resulterede i kortfattede svar. Intervieweren har derfor taget elementer fra det uformelle interviewtype, og føre interviewet til en samtale, således vi stadig kom ind på de vigtigste punkter, uden at virke for direkte gennem vores interviewguide.

### **Interview med ansatte**

Udover vores to ledere, foretog vi to semistruktureret interviews med ledernes ansatte. Dette gjorde vi på baggrund af, at vi ønskede flere synspunkter på det pågældende arbejdsmiljø og kultur. Begge vores interviews blev foretaget efter lederne, således interviewet også blev brugt som en opfølgning på de to tidligere interviews. På den måde kunne vi inddrage de mangler, vi måtte opleve fra de første interviews. Adspurgte ansatte havde desuden også her kendskab til de to gruppemedlemmer i projektgruppen, da de er tilknyttet samme arbejdsplads som lederne.

Idet vi har kendskab til informanterne, skaber vi igen et mere åbent og trygt miljø, der tillader at man kan taler åbent til hinanden.

Vores første interview med en ansat foregik med den 22-årige JA, som er studentermedhjælper under AL. JA har været ansat i et års tid, hvor hun beskæftiger sig med at udvikle visuelle kommunikationsprodukter til virksomheden. Interviewet med JA foregik online ens med lederne. Interviewtypen var her semistruktureret, da vi havde forberedt interviewspørgsmål, klargjort nogle cases vi kunne stå overfor, samt fastgjort nogle målsætninger. Interviewspørgsmålene var i stor grad ens med ledernes, dog med få ændringer således spørgsmålene var tilpasset de ansatte. Interviewet er senere hen blevet transskriberet og kan findes i bilag 5 (JA, bilag 5).

Derefter foretog vi endnu et interview, denne gang med 26-årige KA. KA er ansat under ML, hvor hun arbejder indenfor digital marketing herunder formidling og visualisering. KA har været ansat i virksomheden i lidt over et år, og interviewet med hende var ligeledes semistruktureret. Interviewet blev transskriberet og kan læses i bilag 7 (KA, bilag 7).

### **Informanter med egne relationer**

Vi har valgt at udføre vores kvalitative interviews med to af gruppemedlemmernes ledere, dette har vi valgt efter længere overvejelser og problematikker i forløbet. Vi havde tidligere under en workshop med samme emne, skulle lave et interview med samme målgruppe. Her havde vi kontaktet en leder i en mindre virksomhed, som beskæftiger sig med finansiering. Emnet

var meget sårbart for vedkommende og oplevede derfor interviewet værende for vanskeligt, at indsamle empiri ud fra.

Efter overvejelser, ønskede vi at gøre målgruppen bredere og derfor forholde os til ledere indenfor marketing, da krænkelser er at finde i mange professioner og heraf også i kontormiljøet. Da emnet som sagt er sårbart, blev søgningen efter informanter ikke nem.

Vi oplevede det at vanskeligt at henvende os til vores målgruppe, og blev ikke taget godt imod, da vi som udefrakommende studerende tog fat i følsomme emner, uden at have nogen relation til adspurgte.

Af den grund vurderede vi, at en informant med relation til et gruppemedlem, ville øge sandsynligheden for et interview, selvom snakken skulle falde på noget, som nogen ville mene er uindbydende og ubehageligt.

Under de fire semistrukturerede interviews, kunne Schrøders fem dimensioner, være med til at opbygge interviewet samt iagttage hvordan dimensionerne kom til udtryk i interviewet og medieproduktet. Ved at bruge modellen, kunne vi undersøge receptionen af medieproduktet.

## Analyse

De førhen nævnte fremviste dialogkort under interviewet stammer fra AT's kampagne. Dette gøres, som nævnt i problemfeltet ved, at tage afsæt i AT's kampagne "Hvor går grænsen". Deres kampagne består af fire kommunikationsprodukter. Hertil en video, dialogkort, plakater og en pjece (Bilag 1). Her vil kampagnens dertilhørende dialogkort blive præsenteret i nedenstående afsnit:

### Introduktion til arbejdstilsynets dialogkort

Som nævnt i problemfeltet tager projektet afsæt i Arbejdstilsynets kampagne "Hvor går grænsen?". Deres kampagne består af fire kommunikationsprodukter. Hertil en video, dialogkort, plakater og en pjece (Bilag 1). Dertil vil vi kort beskrive AT's dialogkort, som dette projekt vil tage afsæt i:

### Dialogkort

Al seksuel krænkelser er ulovligt (Bilag 10), men idet det kan være svært at sætte ord på, hvornår der er tale om seksuel krænkelser, er dialogkortene et godt værktøj til dette. AT har tiltænkt at kortene skal være fysisk tilgængelige for alle medarbejdere, og at de muligvis kan inddrages i forskellige udvalg, møder og lignende.

Dialogkortene fungerer således, at en gruppe sidder sammen og diskuterer de udsagn der står på kortene. Brugen af dialogkortene skal medvirke til at skabe opmærksomhed på emnet, men også danne fælles regler og forståelser for, hvad der er acceptabelt på arbejdspladsen (Bilag 1).

Eksemplet der ses på nedenstående dialogkort "Din kollega fortæller, at hendes nærmeste leder flere gange har sendt upassende sms'er". Hertil skal virksomhedens ansatte diskutere og italesætte, hvad den enkelte medarbejder ville tænkte, sige, gøre og hvad arbejdspladsen kan gøre (Bilag 1). På denne måde blive der italesat helt specifikke situationer, som kan være seksuel krænkelser for nogen, men okay for andre. Visionen for dette er, at forstå de forskellige holdninger, tanker og handlinger blandt medarbejderne.



Uddrag af arbejdstilsynets dialogkort, (bilag 1)

I dette projekt har vi valgt at tage afsæt i AT's dialogkort. Vi har valgt at behandle dette kommunikationsprodukt, da vi hverken har set eller anvendt dialogkort før, og finder dem som redskab, interessant at arbejde med. Selve idéen og formålet bag dialogkortene finder vi aktuelt, idet der italesættes et tabubelagt emne, herunder seksuel krænkelser (BFA, 2019). Derudover har dialogkort et godt sammenspil med vores valgte teorier, idet de analytisk kan trække tråde til både Dutta, Dervin og Foucault.

Dette projekt vil behandle de forskellige opfattelser af arbejdsmiljøet og dens konflikthåndtering. Til det vil vi i denne analyse undersøge vores informanternes kultursyn på deres arbejdspladser, samt tolke på deres ligheder og forskelligheder. Analysen struktureres først efter lederne og dernæst de ansattes perspektiver på arbejdsmiljøet, og derefter konflikthåndteringen. Herunder vil lederne holdning til AT's dialogkort blive kortlagt, samt analyseret ved brug af Schrøders receptionsanalyse med elementer fra Dervins 'Sense-making' tilgang. Her vil der vurderes både de positive og negative aspekter ved AT's dialogkort og hvordan disse former vores dialogkort. Dette vil være med til at give en forståelse af målgruppens opfattelse af AT's dialogkort og vores dialogkort, samt hvordan vores dialogkort er tiltænkt til at passe med målgruppens.

Ifølge AT's kampagne, kan en krænkelser opfattes forskelligt alt efter individets grænser. Dette kan ifølge Dervin skyldes flere tendenser, erindringer og situationer individet har oplevet (Dervin, 2003). Dette gør sig også gældende, for den enkeltes opfattelse af kulturen på arbejdspladsen. Derfor har vi, udover at interviewe lederne og fået deres indtryk af arbejdsmiljøet, også interviewet to af deres ansatte, for at undersøge deres forståelse. Her er der opstået modstridende opfattelser, i forhold til både det fysiske og mentale arbejdsmiljø.

### Arbejdskultur hos lederne

I det ene interview begynder AL med at forklare, hvordan hun som leder, finder det vanskeligt at udtale sig om arbejdsmiljøet. Dette skyldes ifølge AL, at der opstår en bestemt væremåde overfor lederen. Grundet hendes stilling, kan nogle informationer være udeladt, hvilket betyder at hun ikke får alt at vide. AL udtaler i interviewet:

*"(...) Fordi man (de ansatte) bliver nødt til at være ordentlig mod chefen. Man kan ikke helt bruge mig som parameter tror jeg." (AL, bilag 2)*

I citatet ovenfor, udtrykkes det at, der er forskel på at være leder og ansat. Der tilkendegives, at der er en nødvendighed i, at skulle tale og opføre sig på en bestemt måde. Grundet den magt som udøves af AL overfor de ansatte, føler hun ikke, at hun får et optimalt indtryk af det overordnede arbejdsmiljø. Dog sætter AL stadig ord på miljøet og beskriver teamet som:

*"(...) et rigtigt fint team. Hvor der er dejligt at være (...) Jeg har jo nogle gange drillet K lidt med det, der er en meget rar stemning. Det var et rart rumt at træde ind i. Vores team fungerer rigtig godt, på trods af at vi er meget forskellige"*(AL, bilag 2)

I citatet ovenfor kan man tyde, at AL finder hendes arbejdsrum rigtig behageligt og et rart sted at være. Hun beskriver, at der i hendes team er plads til seriøsitet, men også drilleri og sjov (IBID).

Denne opfattelse ses også i det andet interview med ML, her beskriver han arbejdsmiljøet således:

*"Stemningen er rigtig god og den er sådan meget rolig. Folk taler meget pænt og stille, og er virkelige imødekommende og gode til at hjælpe hinanden (...) måske lige i marketing, det er nok der hvor der er mest snak og grin, ellers så har vi også mange som igen, snakker stille og roligt"*(ML, bilag 3)

I ML's citat beskriver han miljøet, som være rigtig godt og roligt. Han tilføjer, at der også er mulighed for sjov og tid til at grine, trods de daglige arbejdspligter (IBID).

I forlængelse af de to ledes udtalelser om arbejdsmiljøet på deres afdelinger, har Foucault relevans, idet vores ledere oplever deres afdelinger som behagelige steder med plads til sjov, kan man argumentere for, at den udøvende magt skiftevis ligger hos afdelingernes medarbejdere.

AL forklarer i interviewet, at hun oplever en forskel på hendes forhold til hendes ansatte. AL beskriver forholdet med sit team af ansatte:

*"(...) som en familie. Og hvis man er i en familie, så er der nogen man har mere med at gøre. Men alle er lige vigtige for familien. Nogen har man mere kontakt eller mere tilfælles med, det kan være mange ting, men alle har ligesom en rolle(...) hvis jeg spørger "Hvordan går det hjemme hos dig?" så kan du jo vælge at sige "jeg nåede min deadline, som jeg havde planlagt"(...). Altså du kan selv vælge hvad du deler (...)"*(AL, bilag 2)

AL mener at de ansatte kan sammenlignes med en familie, hvor alle er vigtige for helheden, hvor der er nogle man taler med mere end andre. Hun mener samtaleemnerne både kan være arbejdsrelateret, men også personlige. AL prioriterer et trygt arbejdsmiljø blandt hendes medarbejdere, og taler gerne åbent om medarbejdernes privatliv.

Af den grund kan magtrelationen mellem AL og hendes medarbejdere beskrives som dynamisk, idet hun beskriver forholdet som en familie, men samtidigt holder det professionelt.

Man kan argumentere for, at magten ifølge AL ikke er synlig i hendes team, da hun anser hendes ansatte som ligeværdige med forskellige faglige og sociale kompetencer.

Dette gør sig ligeledes gældende for ML, der er imod at skabe et distanceret forhold mellem medarbejder og leder. Han udtaler sig om forholdet, som en HR-chef fortalte ham, ved en tidligere ansættelse som leder:

*"Nu er det vigtigt at du løfter dig højt op over dine medarbejdere og skaber en lang distance til dem. Sådan så der ikke er nogen tvivl om hvem der er leder og hvem der er medarbejder." Så tænkte jeg det var da værste vrøvl jeg nogensinde har hørt, det kommer aldrig til at ske, det kommer jeg ikke til!"*  
(ML, bilag 3)

I citatet ovenfor beskriver ML under hans oplæring som leder, at han skal skabe en stor forskel mellem det at være leder og det at være medarbejder. Her kan man argumentere for, at HR-chefen har en mere traditionel opfattelse af magtbegrebet, idet magt er noget, som erhverves. Man kan argumentere for, at ML tager i stedet afstand fra det traditionelle magtbegreb, og besidder i stedet den magtopfattelse Foucault beskriver.

*"(...) Det vil jeg hvert fald aldrig nogensinde gøre. For lige præcis det der med, med magt altså som man jo i princippet har når man er leder, den tager jeg jo sådan ret seriøst, men jeg har jo magten til ligesom at hyre og fyre, det er min magt. Men samtidig har jo jeg et kæmpe ansvar for, at folk trives og at de får alle de bedste mulige rammer for at de kan performe og de kan nå deres ting."*(ML, bilag 3)

Hertil kommenterer ML yderligere, at hans magt som leder i bund og grund, kun forholder sig til ansættelser og fyringer. Magten er ikke en ligeså stor faktor, da medarbejdende ifølge ham skal kunne trives, ytre og præsentere deres evner indenfor arbejdsmarkedet.

ML giver udtryk for, at et sundt arbejdsmiljø er vigtigt, således medarbejderne har det godt og virksomheden derfor kan vokse. Dette tegner en profil, som vægter governmentalitet. Dette henviser til, at ML skal træffe gode beslutninger, således arbejdspladsen er et godt sted at være, så det i sidste ende er til fordel for virksomhedens vækst (Foucault, 1991).

Magt eksisterer altså ikke i sig selv, men opstår kun som udøvende magt i deres afdelinger. Dette opstår på baggrund af, at lederne ønsker at skabe et trygt og ligeværdigt arbejdsmiljø, hvor magt ikke ligger hos et specifikt individ, men i stedet fordeles mellem personer i afdelingerne.

### Arbejdskultur hos de ansatte

I vores første interview med to ansatte, forsøgte vi at undersøge hvordan de vil beskrive deres arbejdsmiljø. Hertil om disse stemmer overens med ledernes indtryk. Først beskriver KA og JA, at der på arbejdspladsen er god stemning gennem imødekommende medarbejdere og derfor rart at være.

*“Ja altså jeg synes at vi på kontoret har et godt arbejdsmiljø, hvor jeg føler der er plads til alle, på en eller anden måde. Der er en god stemning (...) Men selvom jeg ikke har været ansat så længe, er jeg blevet taget virkelig godt imod, og jeg føler mig uden tvivl fuldt integreret i teamet.” (KA, Bilag 6)*

*“Men jeg føler at vi har en rigtig rigtig god stemning på mit kontor. Når jeg møder op bliver jeg altid varmt velkomt og alle siger godmorgen. Det gør det super rart at møde op og man har lyst til at være der.” (JA, Bilag 5)*

Ud fra KA og JA's beskrivelse af arbejdsmiljøet, gives der udtryk for, at arbejdspladsen er et sted, hvor man bliver taget godt imod og hvor der er plads til alle. Begge ansatte sætter ord på, at de i deres afdelinger bliver varmt budt velkommen. Der udtrykkes derudover, at de trods deres stilling og arbejdsituation, ligestilles med øvrige ansatte og derfor kan udøve magt, ligesom de andre i afdelingen.

JA oplever dog, at der samtidigt er forventninger til hende. Hun forsøger at italesætte det fysiske arbejdsmiljø og herunder hvilke forventninger der er, til de ansatte på given arbejdsplads.

*“Når jeg møder på arbejde føler jeg ofte at jeg skal bære en facade så jeg passer til miljøet der er på arbejdspladsen. Med det mener jeg at man skal leve op til en bestemt dresscode og man kan ikke bruge sin telefon som jeg ellers gerne ville osv. Men det er også hvad man kan forvente af sådan en arbejdsplads.” (JA, Bilag 5)*

Her kommenterer JA på den dresscode og generel opførsel, der forventes af hende på sin arbejdsplads. Hun supplerer dog med, at det er noget hun havde forventet indenfor det arbejdsmiljø. Denne opfattelse JA har på sin arbejdsplads, såsom den ønskede facade og væremåde, hænger sammen med hendes syn på, hvordan hun skal være i kulturen. Dette passer desuden til den socialkonstruktivistiske tilgang, idet JA har én forståelse for hvad arbejdspladsen forventer af hende, der kan medvirke til hendes væremåde.

De to ledere og ansatte deler nogle opfattelser, men der opstår samtidigt enkelte holdninger, som står i opposition til hinanden. I følgende afsnit, vil disse forskellige perspektiver blive stillet op mod hinanden.

### Sammenkobling og opsummering

Ledernes opfattelser afspejles på flere måder også i de ansattes. Hertil at miljøet er stemningsfuldt, godt og med en professionel undertone. Begge ledere giver udtryk for, at der er en indbringende, formel og fin struktur på deres arbejdsplads, hvor der samtidig er plads til at grine og drille. Dette er dog ikke noget de ansatte kommer ind på, hvilket kan skyldes at oplevelsen ikke er gensidig.

Dog påpeger JA, at der er visse forventninger til hendes opførsel, som der står i kontrast med den beskrivelse af arbejdsmiljøet fra AL, som udtrykker et langt mere afslappet miljø. Dette står i opposition til Foucaults magtopfattelse, idet JA udtrykker, at arbejdspladsen udøver magt på hende, således hun agerer og klæder sig på en bestemt måde.

Nu hvor arbejdsmiljøet på de to arbejdspladser er blevet opridset, vil konflikthåndtering på de to afdelinger blive præsenteret og analyseret.

### Konflikthåndtering ved lederne

I interviewet med AL omkring konflikthåndtering påpeger hun, at flere af hendes ansatte bevidst undgår, at fortælle om interne konflikter på arbejdspladsen.

Dog har AL overhørt samtaler eller observeret forskellige hændelser, hvorefter hun har konfronteret vedkommende. AL beskriver en situation, hvor hun har handlet på en konflikt:

*“(...) der er én der bliver ved med at køre på en anden. Det kan godt være andre ikke lægger mærke til det. Men så hiver jeg dem til side bagefter, og siger “prøv at hør, jeg lagde mærke til det her. Du skal være opmærksom på at den og den person godt kan opfatte det på den og den her måde.” (AL, bilag 2)*

I dette citat beskrives hvordan AL håndterede en konflikt, der var opstået blandt to medarbejdere. Der udtrykkes i ovenstående citat, at trods AL ikke har meget indsigt i en konflikt, bemærker hun stadig, hvis der er dårlig stemning og handler derfra.

Indenfor ML's erindringer med udgangspunkt i konflikter på arbejdspladsen, er de hovedsageligt kun opstået i forbindelse med fejlkommunikation og misforståelser, og har dermed ikke oplevet nogle alvorlige konflikter, ud fra hvad han udtaler i interviewet.

*“Så som regel hvis der opstår en konflikt, er det fordi folk ikke forstår hvad hinanden siger eller forstår hinandens udgangspunkt. (...) Jeg lader i de fleste tilfælde de enkelte personer selv, at løse diskussionen eller misforståelsen, hvis det skulle blive alvorligt, træder jeg ind. Det ikke sket førhen” (ML, bilag 3)*

ML mener at konflikten er op til de pårørende medarbejdere, da konflikterne hovedsagelig er bygget på misforståelser. Muligheden for hans assistance er tilgængelig, hvis konflikten eskaleres. Dog har han aldrig oplevet sådan en situation. Her kan man argumentere for, at ML hviler i, at de ansatte nok skal løse konflikten selv.

Begge ledere håndterer konflikter, hvis de ser en nødvendighed i det. AL giver udtryk for, at hun vil gribe ind og forsøge at løse en konflikt, selvom hun ingen reel indsigt har i dem. I modsætning til dette, fortæller ML dog, at han helst ser medarbejderne løse konflikten selv, hvor han kan gribe ind, hvis det eskaleres.

For at opnå en bredere forståelse for konflikthåndteringen på de pågældende arbejdspladser, har vi desuden dannet indsigt i, de ansattes perspektiver til dette:

### Konflikthåndtering ved ansatte

JA beskriver en hændelse, som hun oplevede på sin arbejdsplads:

*"Jeg husker en episode hvor har været oppe at spise frokost med en af mine veninder, hvor der så efter frokost har været en mand som åbenbart har vist interesse i mig. Idet det var en mand som var langt over 50 år, synes jeg det var en lille smule ubehageligt, men jeg gjorde ikke noget ved det."*

(JA, Bilag 5)

Her udtaler JA, i interviewet en episode, hvor hun har følt sig utilpas i en konkret situation, grundet en ældre ansat har udvist interesse. JA opfatter ikke hændelsen som værende alvorlig, og har derfor ikke gået til leder eller arbejdsgiver med episoden. Hertil kommenterer JA hvem hun generelt indenfor konflikter ville opsøge:

*"Jeg ville nok gå til min arbejdsgiver hvis der opstår en konflikt fordi det er hende som jeg taler mest med. (...) så længe jeg kan kontakte hende så ser jeg ikke nogen grund til at kontakte vores leder"* (JA, bilag 5)

JA der er ansat under AL, tager kontakt til hendes arbejdsgiver, (L) da det personen hun har mest kontakt med.

I interviewet med KA beskriver hun, at hun direkte har været udsat for en krænkelse til en julefrokost på arbejdspladsen. Her er hun blevet gramset på bagdelen, hvilket endte op i en større konflikt. Efter episoden havde KA taget kontakt til ML og udtaler at den efterfølgende håndtering af episoden var god, da hun var med i håndteringsprocessen.

*"(...) første julefrokost sidste år, hvor jeg jo kun havde været ansat i kort tid. (...) jeg kendte ham ikke, og havde aldrig set ham før. Han tog mig på røven, og jeg blev så chokeret og helt paf, at jeg slet ikke vidste hvad jeg skulle gøre. (...) Jeg fik dog så samme aften, en SMS fra min leder om jeg var okay og at han var ked af situationen, og mandag morgen en samtale om hvad jeg ønskede skulle ske, og hvad der allerede var sat i gang."* (KA, bilag 6)

I begge episoder er der blevet udøvet magt på de to ansatte, hvor de ansatte har oplevet en form for krænkelse eller ubehag. I sidstnævnte episode havde

en anden ansat gramset på KA, hvor der her udføres en udøvet magt, i og med den krænkere udviser dominerende adfærd overfor den ansatte. Konflikterne fra ledere og ansatte er nu skitseret og kan stilles op mod hinanden. Dette vil vi komme ind på i det følgende afsnit.

### Sammenkobling og opsummering

Vores fire informanter har forskellige opfattelser af konflikterne på deres arbejdspladser. JA oplevede en episode hvor hun følte sig utilpas. Her tilføjer hun, at hvis der skulle opstå lignende eller mere barske situationer ville hun kontakte sin arbejdsgiver frem for AL. Dette stemmer overens med den manglende inddragelse i konflikter AL oplever. Dette er ifølge JA, fordi hun står tættere på sin arbejdsgiver end med AL.

ML blander sig generelt ikke i konflikter blandt ansatte, da de ofte er misforståelser og derfor ikke alvorlige konflikter. ML nævner i interviewet, at han ikke før har oplevet en situation eskalere, således han har måtte blande sig. Dette står i kontrast til KA's fortælling om en krænkende episode, hun har oplevet, hvor ML var nødt til at blande sig.

### Hvor går grænsen?

Seksuel krænkelse er et tabubelagt emne og kan derfor af gode grunde være svært at italesætte. Derfor kan det være svært at vide, hvordan konflikter skal håndteres mellem ledere og medarbejder, eller hvordan man skaber et trygt arbejdsmiljø.

Lederne mener de har en pligt til at opretholde en god og tryk arbejdskultur. Hertil kommenterer AL på de kurser omhandlende konfliktmægling, der har lært hende at håndtere konflikter og sikre sig et godt arbejdsmiljø for hendes ansatte:

*"Har haft lidt kurser i konfliktmægling, men jeg har jo en uddannelse hvor jeg kender til konflikttrappen. Jeg har jo sådan noget konfliktteori."* (AL, bilag 2)

AL forklarer, at hun har haft kurser indenfor konflikthåndtering. Dette bidrager til et endnu bedre arbejdsmiljø. ML deler samme ansvar og forsøger ligeledes at skabe et godt og trykt arbejdsmiljø. Han udtaler sig således:

*"Jeg har et kæmpe ansvar for, at folk trives og at de får alle de bedste mulige rammer (...) man bliver nødt til i mine øjne som leder, det er jo ikke fordi man skal være bedste venner, men man bliver alligevel nødt til at have en eller anden føling med hvem ens ansatte er som mennesker."* (ML, bilag 3)

Lederne føler et ansvar for arbejdsmiljøet, derfor finder vi deres tanker og medvirkning til designet aktuelt. Vi vælger at inddrage lederne i vores dialogkort gennem Duttas kulturcentrerede tilgang, således vores dialogkort udvikles i et samarbejde. På den måde bliver vores kommunikationsprodukt udarbejdet i samarbejde med ledelsen, således det bliver skræddersyet deres arbejdskultur.



Vores dialogkorts tiltænkte effekt, er at forhindre krænkere i at udøve magt i form af krænkelse på andre ansatte. Dette vil gøres gennem italesættelse af problematikken, samt fastlæggelse af fælles vilkår og retningsregler på arbejdspladsen. Denne effekt vores dialogkort fremlægger, vil resultere i at magten igen er diskontinuerlig. Dette grundet i, at muligheden for udøvelse af seksuel krænkelse formindskes, samt muligheden for at tale om problemet øges. Derfor er visionen for vores dialogkort, at skabe et trygkere arbejdsmiljø, samt fremme empowerment hos de udsatte, gennem ledelsen. Ved empowerment, vil magtforholdene ændres, således handlingen om at sige fra, vil blive normaliseret og flere udsatte derfor vil kunne besidde en magt.

For at opretholde ledernes ansvar, for et godt arbejdsmiljø gennem empowerment, ønsker vi at benytte os af Duttas kulturcentrerede tilgang. Tilgangen medvirker til en bredere forståelse for arbejdskulturen, således der skabes en kulturændring, samt adfærdændringer indenfor sundhedspåvirkninger. Dette muliggøres ved, at lederne har mulighed for at opstille fælles retningslinjer på arbejdsmarkedet, med fokus på at mindske seksuelle krænkelse. Af den grund har vi tilsendt AT's dialogkort til lederne, for at inddrage deres motivation, forståelse, konstruktion, holdninger og handling indenfor Schrøders fem dimensioner. Ledernes ønskede tiltag forefindes i nedenstående afsnit.

#### Udvikling af vores produkt

Som tidligere nævnt har vi under interviewet præsenteret de nuværende dialogkort fra AT's "Hvor går grænsen" kampagne. For at forstå hvordan de som ledere oplever og forstår kortene, vil vi benytte Schrøders fem dimensioner. Hertil vil vi i denne analyse bruge elementer fra Brenda Dervins 'Sense-Making' teori til at underbygge teoriens pointer.

Sidst i receptionsanalysen vil designrationalet blive indledt. Her vil udfaldet fra de fem dimensioner blive anvendt, til skabelsen af nye dialogkort. På den måde er skabelsen særpræget af informanternes udtalelser.

#### Receptionsanalyse af AT's dialogkort

##### 1. Dimension - motivation

Motivationen fra både AL og ML var tydelig at spore i begge interviews. Dette bygger på det ansvar, man som leder har til dette emne på arbejdspladsen. Da lederne har et ansvar, for at sikre et godt arbejdsmiljø, samt at løse de konflikter der måtte være blandt afdelingens medarbejdere.

Motivationen spores desuden i deres engagement, i og med, begge ledere taler åbent om den konflikthåndtering de har måtte have og opleve i deres stilling som leder, samt hvordan de ønsker at løse problematikken.

Derudover kan ledernes motivation også være, at de har et ønske om at hjælpe os som projektgruppe.

##### 2. Dimension - forståelse

Ud fra de to interviews med lederne oplevede vi at forståelsen for scenarierne på AT's dialogkort fremgår tvetydige. Begge påpeger uklarheder til de spørgsmål som AT's dialogkort stiller, samt en uklarhed i hvordan de skal forstås. Hertil kommenterer AL på AT's dialogkort således:

*"For det kommer jo an på, (gentager ordet befamle) jeg får lyst til at stille tusind spørgsmål. Er det... er det.. Er det, du ved, normalt nære kollegaer? eller er det, du ved (gentager ordet befamle) altså er det bryster, eller nedre regioner eller." (AL, bilag 2)*

Selvom der udtrykkes, at AT's dialogkort fremgår utydelige, kan det dog også være med til at skabe en diskussion blandt brugerne af produktet, idet spørgsmålene kan tolkes på flere forskellige måder.

Dette kan dog både være en fordel og en ulempe, idet det ikke er tydeligt hvordan AT's dialogkort skal forstås.

Ledernes forståelse af AT's dialogkort kan ifølge Dervin være påvirket, af de situationer der enten er aktuelle i samfundet lige nu, eller situationer der har haft en betydning i fortiden. Det er ikke det essentielle for hvordan individet handler i den nuværende konkrete situation, som eksempelvis #MeToo og sexisme, der er aktuell og på sit højeste plan. Grundet denne aktualitet kan der af flere årsager være påvirkninger i informanternes svar, som kan påvirke deres besvarelse til at være farvet efter hvordan de ønsker at fremstå, frem hvor hvordan de ærligt fremstår.

I nedenstående citat, forklarer AL at hun ikke altid fortæller sin private holdning, da det ikke altid giver mening eller skaber forståelse:

*"Det vil sige at nogen gange er min private holdning til hvordan tingene er, den deler jeg faktisk ikke, fordi den ikke er gavnlig at jeg står og siger "det er også for dårligt" eller det dur ikke." (AL, bilag 2)*

##### 3. Dimension - konstruktion

Vores supplerende dialogkort konstrueres på baggrund af ledernes reaktion på AT's dialogkort. Begge ledere giver udtryk for at dialogkort kan være et effektivt redskab til en mulig konflikthåndtering:

*"Det er altid en god ide at have noget hvor man kan gå i dialog om nogle forskellige emner, det har jeg også gjort tidligere, men jeg kan ikke huske hvad det var for nogle dialogkort vi havde. Det er en god ide at diskutere det." (ML, Bilag 3)*

Begge ledere giver udtryk for, at grundideen for dialogkortene er god, men der dog kan forekomme misforståelser grundet sproget i scenarierne beskrevet på kortene. AL påpeger desuden at sætningskonstruktionen i spørgsmålet, kan skabe forvirring for modtageren, som ses i det nedenstående citat:

*"Altså der er rigtig mange der laver sætningskonstruktioner, hvor de ikke er klar over at, altså i den her sætningskonstruktion, at det betyder at det er den kollega der bliver gramset på, der er beruset. Altså kollega 1 er den der gramser, der er mange der laver den der fejl i det daglige sprog, at de kan skrive sætningen sådan, men mener at det er den kollega der gramser der er fuld." (AL, Bilag 2)*

Her antyder AL at der mangler en klar og tydelig kommunikation, i form af de sætningskonstruktioner AT's dialogkort benytter, som kan være med til at forvirre og vildlede modtageren.

*"(...) for hvis der står for mange detaljer, så diskuterer man det jo ikke. Hvis det er tænkt som sådan et dialogværktøj, så må det godt være en lille smule uklart."* (AL, Bilag 2)

AL påpeger, at AT's dialogkort kan efterlade mange spørgsmål, grundet den forvirrende opstilling i scenarierne. Dog i modstrid til dette ønsker AL heller ikke at scenarierne skal fremstå for konkrete, idet dialogkort skal kunne skabe dialog og debat.

#### 4. Dimension - holdning

Lederne udtaler sig om AT's dialogkort efter deres personlige holdninger og forståelser. Fremherskende for de to udarbejdede interviews med lederne, er at de begge har en positiv holdning til AT's dialogkort, idet de begge kan se fordelene i at italesætte problemet.

*"Det er altid en god ide at have noget hvor man kan gå i dialog om nogle forskellige emner, (...)"* (ML, bilag 3)

Dog som nævnt tidligere efterlader AT's dialogkort på nuværende tidspunkt flere spørgsmål end svar, hvilket kan efterlade lederne en følelse af forvirring.

Derudover forklarer ML i sit interview, at han ville ændre det første spørgsmål som forefindes i AT's dialogkort. Han forklarer, at spørgsmålet "Hvad vil du gøre", leder dialogen til at respondenterne føler at de bør tage stilling.

*"Altså 'hvad vil du gøre?' det er lidt det samme som at sige, at man skal gøre noget, det ligger det lidt op til. Det skulle måske mere havde været 'vil du gøre noget?' og ikke 'hvad vil du gøre?'"* (ML, bilag 3)

#### 5. Dimension - handling

Handling afspejler hvordan produktet vil blive brugt fremadrettet. I dette tilfælde ville AT's dialogkort blive brugt til at starte mulig dialog. Vi har ikke konkret indsigt i hvad lederne forstår for brugen af AT's dialogkort er, dog har ML erfaringer med dialogkort som værktøj. Hertil giver han udtryk for det et godt værktøj, idet der er en vigtighed i, at diskutere den slags emner.

*"Det er altid en god ide at have noget hvor man kan gå i dialog om nogle forskellige emner, det har jeg også gjort tidligere, men jeg kan ikke huske hvad det var for nogle dialogkort vi havde. Det er en god ide at diskutere det."* (ML, bilag 3)

De fem dimensioner er blevet brugt til at analysere om de nuværende dialogkort er effektive, samt hvordan de kan forbedres. På baggrund af dette, vil designrationalet nu indledes.

#### Designrationale

Dette designrationale indledes med henblik på, at mindske seksuel krænkelse på arbejdsmarkedet. Designet af vores dialogkort skabes med henblik på at supplere AT's dialogkort, således produktet er tilpasset vores målgruppe. Designet som vil blive præsenteret nedenfor, er udarbejdet på baggrund af resultaterne fra vores interviews med de to ledere, samt receptionsanalysen og dertilhørende elementer fra Dervin. Derfor er designrationalet lavet med udgangspunkt af Duttas kulturcentrerede tilgang. Dertil kommer vi desuden med designforslag, som vil appellere til vores målgruppe.

Først og fremmest foreslår dette designrationale, at ændre farven på baggrunden af dialogkortene. Vi vil ændre farven fra gul til mørk blå, således farven appellerer mere til målgruppen. Farven blå (mørkeblå) er en farve, som oftest bruges til at udvise pålidelighed og loyalitet, som ofte associeres med ledelsen. Specifikt den mørkeblå farve forbindes med ekspertise, magt, stabilitet, kvalitet og seriøsitet (Bechsgaard, 2020).

Derudover ønsker vi at gøre skriftstørrelsen på kortene større, således selv en erfaren senior leder med nedsat syn, vil kunne læse indholdet tydeligt.

Den næste ændring vi foreslår er i spørgsmålene, som forefindes under scenariet. Det første spørgsmål som lederne skal tage stilling til er "Vil du gøre noget?". Dette spørgsmål stilles i stedet for "Hvad vil du gøre?", på baggrund af ML's forslag til forbedring.

Her har vi valgt at inddrage ML's udtalelser, da AT's dialogkort lægger op til, at der er et problem som skal tages stilling til. I stedet ønskes der at starte dialogen med, om der overhovedet er et problem som skal tages stilling til. Dette ligger desuden til grund for, at spørgsmålet er det første, som der skal besvares, så lederne kan gå til næste dialogkort, hvis ikke de ønsker at tage stilling til det specifikke scenarie.

Endvidere vil der på baggrund af AL's udtalelser blive ændret på sætningsstrukturen i scenarierne i AT's dialogkort, således de bliver lettere at tage stilling til. AL giver som nævnt tidligere udtryk for, at scenarierne efterlader flere spørgsmål end svar og derfor kan være svære at forholde sig til:

*"For det kommer jo an på, (gentager ordet befamle) jeg får lyst til at stille tusind spørgsmål. Er det... er det.. Er det, du ved, normalt nære kollegaer? eller er det, du ved (gentager ordet befamle) altså er det bryster, eller nedre regioner eller."* (AL, bilag 2)

Af den grund har vi forsøgt at skrive scenarierne, således de ikke efterlader lige så mange spørgsmål, men stadig leder op til dialog.

Endvidere har vi i vores dialogkort forsøgt at holde designet så simpelt som muligt, idet emnet er meget seriøst og derfor bør isoleres fra overflødig pynt, da det kan skabe forvirring. Vi har desuden lavet en "ramme" omkring vores dialogkort, så det skaber en 3D effekt, så det ligner at teksten på kortene "popper ud". Dette skaber blikfang og skaber noget variation på kortene.



### Receptionsanalyse af vores dialogkort

Til de samme informanter, har vi efterfølgende præsenteret vores dialogkort. Her ønsker vi, at foretage endnu en receptionsanalyse for, at evaluere på vores dialogkort, samt undersøge om ændringerne af AT's dialogkort stemmer overens med lederne udtalelser fra de første interviews.

Dette afsnit er bygget på evaluerende interviews med ML og AL (bilag 7 & bilag 4) med udgangspunkt i Schrøders 5 dimensioner fra receptionsanalysen.

#### 1. Dimension - motivation

Lederne blev i det første interview introduceret til AT's dialogkort og deres formål, hvorpå der blev spurgt ind til deres forståelse og holdning til disse. I det andet interview var udførelsen ens med det første, hvor de blev introduceret til vores dialogkort, der bygger på deres udtalelser fra det første interview. I det begge informanter har deltaget i interviews tidligere, kan motivationen hentes i deres engagement i at blive ajourført i produktets status. Ydermere kan lederne ansvar for emnet grundet aktualiteten, stadig tage del i grunden til deres motivation.

#### 2. Dimension - forståelse

Ud fra informanternes udtalelser fra det første interview, har vi forsøgt at efterstræbe deres ønske om et tydeligere sprog. Dette efterleves ved, at tydeliggøre scenarierne i vores dialogkort, hvilket har resulteret i en bedre forståelse fra lederne. Dette kan anskues i nedenstående citater:

*"Så det I spørger mere åbent: vil du gøre noget – først og fremmest, syntes jeg lægger op til, at man godt kan have nogle der svarer nej, fordi de ikke syntes, det er over grænsen. (...) Det kan jo også være en del af diskussionen. Men en helt klar forbedring fra de tidligere i hvert fald." (ML, bilag 7)*

Som nævnt i designrationalet og i den første receptionsanalyse, blev det besluttet at efterleve ML's kommentar til det første spørgsmål på AT's dialogkort. Hertil ændrede vi "Hvad vil du gøre?", til "Vil du gøre noget". Dette mener han, at åbner spørgsmålet, således man godt kan svare nej og derfor ikke er bundet til at man bør gøre noget. Dette ændrede tiltag ser ML positivt på og ser tiltaget som en forbedring.

I nedenstående citat, udtrykker AL, at det ændrede scenarie fra de viste dialogkort står tydeligere for hende. Her ser hun desuden positivt på de tilføjede ændringer, som vores dialogkort indeholder:

*"Det synes jeg virker fint. Det første man ser er det her "hvor går grænsen" som er fint, for man forstår godt at "hvor går grænsen" kan betyde rigtig mange forskellige ting." (AL, bilag 4)*

### 3. Dimension - konstruktion

I forhold til nogle af de ændringer vi har foretaget i vores dialogkort, har vi forsøgt med en mere tydeligt og simpelt design. Dette tiltag mener AL er godt, da vores dialogkort står mere klart for hende uden den mønstrede baggrund, som var på AT's dialogkort. Hun citerer:

*"Det andet forstyrrer også bare, det ligegyldigt. Man skal bare ha' budskaberne."* (AL, bilag 4)

ML fortæller desuden i sin udtalelse, at man kunne tydeliggøre budskabet om hvor grænsen går, ved direkte at stille spørgsmålet i forlængelse med dilemmaerne:

*"Man kunne godt tage den et skridt længere og stille spørgsmålet – er det her over grænsen?"* (ML, bilag 7)

Dette vil tydeliggøre konceptet ved dialogkortene, samt medvirke til en mere direkte italesættelse af grænser hos målgruppen.

AL kommer desuden med forslag til hvordan vores dialogkort kan gøres mere interessante. På nedenstående citat henvises der til scenariet "En af dine kvindelige ansatte bliver omtalt som en tøs af nogle af dine ansatte":

*"Ved du hvad kunne være sjovt? Hvis du sagde "en af dine mandlige ansatte, bliver omtalt som en tøs, af nogle af dine andre ansatte" (...) Jeg kom bare til at tænke på, at det er den her snak med at man bruger et køn som nedsættende (...)"* (AL, bilag 4)

Dette ville kunne starte en debat om køn og diskrimination, hvilket berører et emne som desuden er meget aktuelt i #MeToo debatten.

### 4. Dimension - holdning

Overordnet har begge ledere en positiv holdning til vores dialogkort. De udtrykker begge, at ændringerne i vores dialogkort er fordelagtige for produktets udfald. ML's holdning til de nye dialogkort citeres i nedenstående citat:

*"Jeg synes de fungerer meget bedre. Fedt det handler om – hvor går grænsen – for det er jo netop det, der er pointen"* (ML, bilag 7)

Her fremhæver ML, at vores dialogkorts budskab om "Hvor går grænsen?" er bedre repræsenteret og derfor stemmer overens med et diskuterbart emne som dialogkort skal kunne opfylde. AL synes ligeledes at vores dialogkort fungerer bedre, sammenlignet med AT's dialogkort. Hun påpeger:

*"det virker jo, for jeg begynder allerede at tænke over dilemmaet. På den måde kan man jo sige det virker"* (AL, bilag 4)

Her udtrykkes det, at grundet tydelig kommunikation, begynder AL naturligt at tænke over dilemmaet, som var hun igang med at bruge vores dialogkort i praksis. Dette tilkendegiver, at kortene virker, som de skal.

### 5. Dimension - handling

Eftersom vi ikke har reel indsigt i lederne brug af vores dialogkort i praksis, kan vi derfor ikke konkret definere hvordan lederne ville bruge dem. Som nævnt tidligere i interviewet med ML, har han erfaring i brugen af dialogkort, hvilket giver udtryk for, at han allerede har indsigt i, hvordan vores dialogkort skal anvendes i praksis.

Hvis vi ser på AL's sidste citat fra ovenstående afsnit, fortæller hun, at hun under interviewet gør overvejelser til vores dialogkorts scenarier. Heraf tolker vi, at AL kan se mening i vores dialogkort, til at diskutere og italesætte seksuel krænkelse på arbejdsmarkedet.

På baggrund af denne receptionsanalyse, vil der i følgende afsnit blive præsenteret det endelige produkt.

**Det endelige produkt**

I forlængelse med de sidste interviews med lederne, foreslår de igen ændringer til forbedring af vores dialogkort. Begge ledere kommer med forslag, dog har vi kun udvalgt de(n), vi finder fordelagtige for vores dialogkorts udfald. Ændringen bygger på AL's udtalelse angående en vending af et scenarie i vores dialogkort. Her foreslog AL at ændre "kvindelige ansatte" til "mandlige ansatte", for b.l.a. at italesætte nedsættelse af køn, samt emnets aktualitet i #MeToo debatten.

Vi vælger ikke at inkorporere ML forslag om at tilføje, "Er det her over grænsen?", som et underspørgsmål til vores dialogkort. Dette fravælger vi da forslaget læner sig meget op af vores tilføjelse fra første designrationale, hvor vi tilføjede "Vil du gøre noget?" og derfor finder ændringen unødvendig. Nedenstående billede er vores ændrede dialogkort og færdige produkt.

Bemærk at dette er et uddrag og de resterende dialogkort er uændrede siden første designrationale.



Uddrag af færdige produkt (Bilag 9)

## Konklusion

I hvilket omfang kan en videreudvikling af Arbejdstilsynets kampagne om seksuel krænkelse, skabe en kulturændring og mindske tilfælde af seksuelle krænkelse i marketingafdelinger, gennem dialog?

På baggrund af ovenstående problemformulering kan vi hermed konkludere følgende:

Vi kan konkludere, på baggrund af vores interviews, at der findes forskellige tolkninger på et arbejdsmiljø og konflikthåndtering indenfor marketingafdelinger, selvom man er på samme arbejdsplads. Derudover kan vi konkludere i vores interviews med de to ansatte, at deres holdninger til konflikt og arbejdsmiljø desuden er divergerende, sammenlignet med hinanden og deres ledere. Holdninger, grænser og konflikthåndtering i givet arbejdsmiljø er ikke noget, som man kan opstille i retningslinjer, idet førnævnte ifølge Dervin afhænger af hvilket livssyn man har. Derfor bidrager vores analyse til at beskrive hvordan grænser kan være forskellige afhængigt af hvem man er som person. Derfor kan en handling for én være helt okay, hvor det for en anden kan være grænseoverskridende. Vi må derfor konkludere, at krænkelseskulturen ikke kan forhindres gennem indramning af fælles retningslinjer.

Vi kan konkludere, at vores dialogkort forsøger at italesætte og fastlægge retningslinjer på arbejdspladsen, således kulturen ændrer sig i søgelyset af, at mindske tilfælde af seksuel krænkelse. Dette kan indenfor Foucaults teori forstås på, at vores dialogkort skal fremme empowerment, blandt dem som udsættes for seksuelle krænkelse. På den måde vil magtforholdene kunne neutraliseres, gennem det fastlagte reglement besluttet af ledelsen. Dette projekt kredser sig om målgruppen ledere, da målgruppen er indflydelsesrige på deres arbejdspladser. Derfor kan deres stilling have større indflydelse på håndteringen af problematikken på den gældende arbejdsplads.

Derudover kan vi konkludere, at AT's dialogkort i deres kampagne "Hvor går grænsen?" ifølge vores informanter, er et godt redskab til at italesætte scenarier/dilemmaer indenfor mobning og seksuel krænkelse. Vores informanter gav dog udtryk for, at der særligt sprogligt er plads til forbedringer. Vi bemærkede desuden også selv, at layoutet på AT's dialogkort ikke er optimal til vores målgruppe. Til det ændrede vi designet, baseret på informanternes udtalelser og deres behov for tydelig kommunikation. Dette gjorde vi gennem Schrøders receptionsanalyse med udgangspunkt i Duttas kulturcentrerede tilgang. På den måde sikrede vi os, at produktet skræddersyes målgruppens behov. Til det blev designet forenklet og scenarierne/dilemmaerne blev mere specifikke. Vores dialogkort blev ligeledes AT's dialogkort evalueret sammen med informanterne. Her gav begge ledere udtryk for, at kortene nu, udadtil ser godt ud.

På baggrund af vores analyse kan vi konkludere, at dialogkort i et lille omfang kan være med til at skabe en kulturændring i samfundet. Og dermed være med til at mindske tilfælde af seksuelle krænkelse på arbejdsmarkedet.

Næste trin vil her være implementeringsfasen, hvor produktet skulle testes i praksis af målgruppen. Idet produktet endnu ikke er i implementeringsfasen, kan vi i ikke vide om den ønskede effekt af dialogkortene er tilstrækkelig.

## Fejlkilder

I udarbejdelsen af dette projekt, har vi været opmærksomme på en række fejlkilder.

En af de fejlkilder vi har været opmærksomme på er Say/Do problemet. Denne fejlkilde er i forlængelse af, at emnet seksuel krænkelse, kan være noget privat og til tider ømt emne at omtale. Say/Do problemet omhandler at der er en risiko for, at det vores informanter udtaler i de udarbejdede interviews, ikke nødvendigvis er hele sandheden. Der er en fejlkilde i, at de til os kan sige ét, men i virkeligheden mene noget andet. Dette kan som nævnt før, være grundet det sårbare emne, eller for ledernes tilfælde, kan de være bundet af tavshedspligt og loyalitet grundet deres stilling som leder.

En anden fejlkilde har været corona-pandemien. Det har under udarbejdelse af projektet, været svært at få adgang til virksomheder og deres medarbejdere. Vi har derfor været nødsaget til, at trække på de midler vi havde til rådighed. Grundet dette måtte vi interviewe ledere og medarbejdere, på to af gruppemedlemmernes arbejdspladser.

Det videre arbejde med projektet havde været, at få indbragt vores dialogkort med til ledermøder, på de to arbejdspladser. Dette kunne dog ikke lade sig gøre, da der grundet corona ikke har været fysiske ledermøder i denne periode, som vi kunne deltage i.

Sidste fejlkilde vil være at finde i, at vores interviewere og informanter kender hinanden i forvejen gennem arbejdet. Dette kan være med til, at informanten ikke ønsker at åbne op, omkring situationer der måtte være sket på arbejdspladsen. Ydermere kan dette være skabe en situation, hvor vi ikke får den ønskede effekt af interviewet, og dermed vigtig information bliver undladt i vores undersøgelse.

**Litteraturliste**

- Berdahl, J. L. (2007). "The sexual harassment of uppity women". *Journal of Applied Psychology*. <https://llk.dk/h6tn87>
- Bille, Ml. (2019) Slides fra forelæsning 3. "Social Construction of Technology" Branche, Fællesskab & Arbejds miljø (BFA). 2019. "Krænkende handlinger af seksuel karakter". <https://llk.dk/kixhwd>
- Borchorst, A. & Agustin, L. R., (2017) "Seksuel chikane på arbejdspladsen" <https://llk.dk/brujtn>
- Collins, E. (1996). "Sexual Politics and European Union. The New Feminist Challenge". Oxford Berghan
- Dervin, B. (2003): "Audience as listener and learner, teacher and confidante: The Sense-Making Approach"
- Dervin, B. & Frenette, M. (2003): "Sense-Making Methodology: Communicating Communicatively with Campaign Audiences"
- Dutta, M. J. (2007): "Communicating About Culture and Health: Theorizing Culture-Centered and Cultural Sensitivity Approaches". *Communication Theory*
- Epinion for Fagbevægelsens Hovedorganisation (FHO), (2019) "Balance og ligestilling" <https://llk.dk/37j21z>
- Foucault, M. (1982). "The Subject and Power". *Critical Inquiry*, Vol. 8. <https://llk.dk/llgngk>
- Foucault, M (2020). <https://llk.dk/czmuay>. Leksikon.org
- Hardy, C. & O'Sullivan, S. (1998) "The Power Behind Empowerment: Implications for Research and Practice"
- Heinskou et al (2017). *Seksuelle krænkelser i Danmark: Omfang og karakter*
- Kvale, S og Brinkmann, S. (2015). *Interview - det kvalitative forskningsinterview som håndværk* (3. udg.). Hans Reitzels Forlag
- Lederne, n.d "Sexchikane på arbejdspladsen" <https://llk.dk/xkh3pu>
- Løvgren, M. (2019) "Endelig: konvention mod vold og chikane på jobbet" <https://llk.dk/8vfx6j>
- Maach, M. L. (2020) "Sofie Linde satte ord på sexismen, jeg er lykkelig det var jo drømmescenariet" <https://llk.dk/fdg1hq>
- MAN, Energy Solutions (2017). "MAN Energy Solutions". <https://llk.dk/zgqvl1>
- Schrøder, K. (2003), "Generelle aspekter ved mediereception? – Et bud på en multidimensional model for analyse af kvalitative receptionsinterviews"

Stock, M. (2020) "#MeToo" Januar 2018. Senest opdateret af Martine Stock, Bureauet, 2020. <https://llk.dk/ec1sjp>

Vallgård, S. & Koch, L. (2011). *Forskningsmetoder i folkesundhedsvidenskab* (4. udg.). Munksgaard forlag

Villadsen, K. (2013), Michel Foucault, i Heine Andersen & Lars Bo Kaspersen (red): *Klassisk og moderne samfundsteori*, København, Hans Reitzels Forlag

Zippel, K. (2006). *The Politics of Sexual Harassment: A Comparative Study of the United States, the European Union, and Germany*. Cambridge: Cambridge University Press

**Bilag**

- Bilag 1: Arbejdstilsynets kampagne, 2020.
- Bilag 2: AL interview 1, 2020.
- Bilag 3: ML interview 1, 2020.
- Bilag 4: AL interview 2, 2020.
- Bilag 5: JA interview 1, 2020.
- Bilag 6: KA interview 1, 2020.
- Bilag 7: ML interview 2, 2020.
- Bilag 8: Kommunikationsplan, 2020.
- Bilag 9: Dialogkort, 2020.
- Bilag 10: Afgrænsning og lovgivning, 2020.



## Kan seksuelle grænser defineres?

Fire studerende fra Roskilde Universitet har forsøgt at mindske seksuel krænkelse på arbejdsmarkedet, ved at skabe dialog. De har forsøgt at mindske problemet gennem en alternative strategier - men er disse tiltag gode nok til at løse et så stort problem?

### Kan dialogkort skabe en kulturændring?

For at forstå hvor de forskellige grænser indenfor seksuelle krænkelse er, har fire studerende fra Roskilde Universitet undersøgt holdninger, meninger og oplevelser i to marketingafdelinger. I forsøget på at forstå og se om der er nogle klare grænser og normer, når det handler om seksuel krænkelse. Eller om det er en radikal kulturændring som skal til, og hvordan skal dette så gribes an?

De fire RUC studerende har videreudviklet på Arbejdstilsynets dialogkort, så de nu er tilegnet til lederne i en virksomhed. For at skabe nye dialogkort, måtte de fire studerende skabe en forståelse af, hvordan de nuværende dialogkort fra Arbejdstilsynet fungerer. Dette blev undersøgt via interviews med målgruppen. De studerende fik her klarhed over, hvad der fungerede og hvad der ikke fungerede for dialogkortene. Og hvad der så her måtte gøres anderledes.

Der var klar enighed at spore blandt målgruppen, "Det er selvfølgelig et sted at starte, og jeg synes også det er vigtigt at man får taget snakken om hvor går grænsen" - ML.



### En ny verden?

Danmark har de seneste år været under en bølge, af alle former for seksuelle krænkelse i mange brancher. Grundet den opblussede #MeToo debat, kan det være en anelse naivt at tro, at simpel dialog vil kunne mindske en så stor problematik.

Det er for alle en ny verden, som befolkningen skal lære at navigere i, da det ikke længere er acceptabelt at tolerere krænkelse på arbejdspladsen. Det er derfor helt essentielt at starte et sted, for hele verden kan ikke ændres over en nat.

For at starte et sted hvor alle kan være med, kan dialogkort være med til at starte en dialog, men dialogkort kan ikke stå på egne ben, når det handler om at ændre en kultur. Der skal en større og mere markant indsats til.

### Hvordan kommer vi så i mål?

De fire studerende har været med til, sammen med mange andre, at prøve og sætte ord på seksuelle krænkelse, samt sætte fokus på hvor grænsen går, selvom dette ikke har et endeligt facit. Grænser er individuelle, og det er dermed svært at give et endeligt svar på hvad der skal til, men de har skabt rum til at starte dialog, og det er et skridt i den rigtige retning.

Det er en kulturændring der skal til, for at ændre et samfund, derved skal man starte dialogen nu, og vær med til at skabe en bedre arbejdsplads for dig og dine medarbejdere.