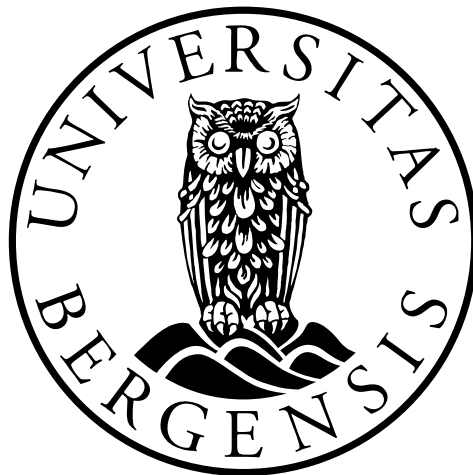


Navigering av grenser mellom vennskaps- og arbeidsrelasjoner på jobben

- en utgøring av to bedrifters sosiale arena



Birgitte S. Sandvold

Vår 2015

Masteroppgave i sosialantropologi,

Universitetet i Bergen

Sammendrag

Dette er en antropologisk studie, basert på mitt feltarbeid ved to norske bedrifter. Jeg har i denne masteroppgaven utforsket forholdet mellom arbeid og vennskap, ved å forsøke å analysere disse domeneene som et felles samhandlingsfelt. Ved å utforske navigeringen av grenser mellom den formelle og den uformelle arbeidsarena, kommer et spenningsforhold mellom arbeids- og vennskapshensyn til syne. Dette spenningsfeltet blir ytterligere utbrodert gjennom en vektleggelse av informanters verdier på arbeidsplassene. Gjennom verdier som likhet, egalitet, hygge, fellesskap og anerkjennelse kommer konkrete arbeidssosialiteter til syne. Å belyse slike verdier blir gjort med hjelp av Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) "verdimestringshierarki", hvilket bygger på Dumonts argument om at introduksjon av verdi alltid innebærer hierarki. Slik vises også hierarkiske strukturer, i en på overflaten heller egalitær arena.

Videre vil jeg studere hvordan likhet står fram på to norske arbeidsplasser og hvilke former den tar. Ved å analysere grensesettingen mellom de formelle og uformelle forventninger på arbeidsplassen synliggjøres også forholdet mellom egalitet og hierarki. I mitt empiriske materiale viser det seg at normative forventninger spiller en viktig rolle for utformingen av arbeidsmiljø og den uformelle sosiale arena. Informanters individuelle forståelse av og vektleggelse av gitte verdier og normer påvirker således deres posisjonering i ulike verdihierarkier. Under feltarbeidet ble en sammenheng mellom informanters sosiale status, popularitet og det å inneha en høy plassering i ulike verdimestringshierarkier funnet. Dette må så betraktes i en bredere kontekst bestående av faktorer som blant annet livsfaser, alder og kjønn.

Det empiriske materialet som presenteres i denne oppgaven er unikt for de to bedriftene og de beskrevne informanter. Materialet viser til en særegen sammensetning av individer og deres evne til å forstå og håndtere vennsapsrelasjoner og normativt regulert handling. Likevel, nøkkelverdier som her blir trukket fram, kan uttrykke fellesstrekk som er aktuelle også ved andre sosiale fellesskap. På denne måten kan navigeringen av forholdet mellom en hierarkisk formell arena og en på overflaten heller egalitær sosial arena vise hvordan likhetstankegangen håndteres i Norge i dag.

Forord

Denne oppgaven begynte tidlig å ta form et sted i bakhodet, da jeg som bachelorstudent skrev et essay om betydningen av vennsksapsrelasjoner i faget. Det var underveis i bachelorprogrammet at interessen for vennsksapsantropologi vokste og det særlig grunnet inspirasjon fra daværende veileder Cato Berg. Takket være deg fortsatte jeg å interessere meg for antropologi generelt, og vennsksapsantropologi spesielt!

Jeg vil også takke min veileder Lars Gjelstad som har hjulpet meg fram med litteraturråd og ikke minst grundige kommentarer underveis i skriveprosessen. Din faglige kompetanse har vist meg mange røde tråder i en tidvis alt for uoversiktlig og tettpakket tekst.

En stor takk går også til de to bedriftene jeg har fått lov til å oppholde meg ved og skrive om. Jeg ønsker å takke mine informanter for å ha delt sin hverdag og sitt privatliv med meg. Dere har gitt meg både kunnskap, erfaringer og minner jeg kommer til å ta med meg videre både faglig og privat. Jeg er særlig takknemlig for den vennskapelige tonen som raskt vokste fram på lageret, i førerhusene og i butikken. Jeg vil derfor rette en spesiell takk til dere i "gjengen i butikken" og "gutta på lageret"! Dere fikk meg til å føle meg inkludert, hvilket var med på å gjøre feltarbeidet mitt til en god opplevelse. Derfor; takk for at dere tidvis stilte like mange spørsmål som meg selv. Takk for at dere tok i mot meg med åpne armer. Takk for at dere involverte meg i alt fra truckkjøring, sightseeing på nye steder, stressende lørdager, lønningsspils, jobbfrustrasjoner, gode latter og personlige meddelelser.

Jeg kan med hånden på hjertet si at denne skriveprosessen både har vært engasjerende og lærerik. På samme tid har den også vært rot til frustrasjon, tidvis desperasjon og svært mye dårlig samvittighet. Til tider har humøret gått i takt med oppgavens framvekst, hvilket jeg nå ber mine nærmeste om unnskyldning for. Derfor kjære familie og nære venner; unnskyld for at jeg over lengre tid kun har eksistert i min egen lille lydisolerte masterboble. Og Anders, takk for at du til slutt sprakk bobla. Kan vi lage vår egen boble nå?

Til slutt vil jeg rette en takk til deg, Maren. Takk for at du har vært den viktigste personen i livet mitt, gjennom alle årene som student i Bergen.

Takk!

Innholdsfortegnelse

Kapittel 1	Innledning og metode	1
	I felten	2
	Metode	9
	Om oppgaven	12
Kapittel 2	Likhet på arbeidsplassen - skjult hierarki og bortgjemte forskjeller?	14
Kapittel 3	Arbeidsplassen som sosial arena - kolleger, jobbvenner eller ekte venner?	27
	Mobbing på arbeidsplassen	48
Kapittel 4	Humor - et inntak for bedret forståelse av den sosiale arena?	56
Avslutning		83
Litteraturliste		85

Mitt første møte med to feltlokaliteter

Engrosvirksomhet

Med en sur vind i ryggen, gikk jeg med hurtige steg over den åpne asfalterte plassen. Det var rett før lysningen og jeg så derfor bare konturene av rekken med store lastebiler parkert på en sirlig linje langs med det høye gjerdet. Lengst borte på den åpne grå plassen kunne jeg telle minst 15 personbiler parkert. Det første arbeidsskiftet var altså alt godt i gang. Jeg rundet hjørnet på den ruvende betongbygningen og fisket fram mobilen for å melde min ankomst. Et par minutter senere åpnes en uanselig dør og jeg blir sluppet inn i varmen. Det lukter svakt av kaffe og jeg hører prating og en telefon som kimer inne fra kontorområdet. Jeg går rett fram og inn i garderoben. Her skifter jeg til ulltøy, termosbukse og jakke og tunge vernesko. Jeg trekker på meg hanskene i det jeg åpner døren inn til lageret. Varehallen foran meg er gedigen. Det er svært høyt under taket, hvilket også gjenspeiles av de høye varehyllene. Disse er plassert med lengden av rommet, i cirka halve varelageret. I den resterende halvdelen står ferdige bestillinger på rekke og rad, noen mindre varehyller, en søppelstasjon, et stort bord med lagerets datamaskin på, samt en ladestasjon for truckene. I det jeg står slik og orienterer meg i varehallen, kommer en av arbeiderne kjørende på palletruck. Han svinger brått, stopper og hopper av. Med raske bevegelser bøyer han seg ned og løfter opp kasser som han stabler nøye på pallen. Han dytter borti stabelen med metalltuppen på skoen for å få den helt rett, før han kjapt kjører videre til en annen varehylle. I bakgrunnen høres en jevn dunking fra en eldre boomblander.

Dyrebutikk

Etter å ha gått i kø gjennom inngangen på kjøpesenteret, overrasker det meg at det blir færre og færre mennesker å se dess lenger inn i senterets kjerne jeg kommer. Jeg stopper opp og ser inn i dyrebutikken gjennom det store kvadratiske utstillingsvinduet. Det første jeg legger merke til er sammensuriumet av varer. Bur i ulike farger, materialer og størrelser står i to stabler som raver høyt under taket. Ved siden av ligger det ovale hundesenger i knall rosa, babyblått, kamuflasjefarger og lyst brunt. Rett ved siden av skimter jeg store sekker med solsikkefrø og noen mindre akvarier. Midt i sentrum av dette virrvarret står to unge kvinner og prater. Den ene iført boblejakke og stort skjerf, den andre iført t-skjorte med reklame for et av hundefôrmerkene som selges i butikken. I det jeg går innover i butikklokalet, lytter jeg til samtalen deres. Kvinnen med det store skjerfet lurar på hvordan hun skal aktivisere marsvinet sitt, som hun mistenker er overvektig. Hun drar frem mobilen for å vise noen bilder av kjæledeggen. Den ansatte nikker og viser henne ulike aktiviseringsleker hvor marsvinet må jobbe for å få tak i godbitene. Kunden plukker ut en metallball, hvor salat kan puttes inn og deretter henges i toppen av buret. Slik må marsvinet strekke seg og arbeide litt ekstra for å få tak i maten. Videre tar hun med seg en stor pose med høy og de går til kassen. Begge takker så for handelen.

Kapittel 1

Innledning og metode

Denne oppgaven tar for seg to bedrifter, begge lokalisert i en mellomstor norsk by. Disse virksomhetene vil igjennom oppgaven beskrives og analyseres som del av det samme komparative feltet. På den måten ønsker jeg å tydeliggjøre både likheter og forskjeller. Dette gjøres gjennom en kartlegging av den formelle organisatoriske arbeidsstrukturen, så vel som den uformelle sosiale arbeidsarenaen. Ved å beskrive både den formelle og den uformelle sosiale arenaen vil særlig den konkrete grensettingen mellom disse to vektlegges. Ytterligere vil selve forhandlingen mellom disse arenaene betraktes, for å studere hvorledes to ulike "sosiale felt" kan komme til syne. Sosiale felt kan her forstås slik Barnes' (1954) framlegger det i hans studie av et mindre fiskerisamfunn på Bømlo. Han viser til to distinkte sosiale felt, så vel som et tredje mer flytende felt. De to første feltene Barnes (1954) tar for seg er de formelt strukturerte. Dette inkluderer både "det territorielt baserte sosiale feltet", samt "det industrigenererte systemet"¹ (1954: 42). Disse vil sammen kunne vise til den formelle hierarkiske strukturen på arbeidsplassen. Dette sosiale feltet er på grunn av den åpne organisatoriske oppbygningen langt enklere å kartlegge, enn det som finnes i den uformelle og sosiale arbeidsarenaen. Sistnevnte har ikke en like tydelig grensesetting, da denne arenaen heller preges av uformelle sosiale og vennskapelige bånd. Som med Barnes tredje og siste sosiale felt, blir det her langt vanskeligere å vise til tydelige skillelinjer. Likevel, som et sosialt felt er den sosiale arenaen viktig for den enkeltes opplevelse av egen arbeidshverdag. Gjennom feltarbeidet ble det tydelig at for mange av informantene er den sosiale arbeidsarenaen et viktig springbrett for videre nettverksbygging og øvrige vennsksrelasjoner. På så måte kan den uformelle sosiale arenaen, som sosialt felt, sies å være et deskriptivt trekk ved en aktørs opplevelse av egen sosial hverdag. Derfor vil jeg både vise til den konstante forhandlingen mellom arbeidsplassenes formelle og uformelle sosiale arena, samt forsøke å kartlegge og beskrive det sosiale feltet av vennsksrelasjoner. Viktige forskerspørsmål vil dermed være: hvordan navigerer kolleger seg fram i krysspunktet mellom den formelle og uformelle arbeidsarenaen? Hva forteller denne navigeringen om

¹ Egen oversettelse av Barnes' begrep "The territorially-based social field" og beskrivelsen av et sosialt felt generert av det industrielle systemet.

grensesettingen mellom personlige og jobbrelevante hensyn? Og hvordan former slike enkeltavgjørelser de større arbeidssosialiteter?

Ved å studere kollegers navigering av disse grensene vil også en forhandling mellom likhet og hierarki komme til syne. Dette blir særs tydelig ved konkrete arbeidsrelasjoner, hvor nærmest en konstant forhandling mellom likheter og forskjeller synes å foregå. Også denne forhandlingen er med på å vise til en unik arbeidssosialitet. Derfor vil likhet som verdi, samt som premiss for sosial samhandling trekkes inn for å analysere det kollegiale samholdet ved de to bedriftene (jf. Lien, Lidén og Vike 2001). Dette er også aktuelt når sosial status skal beskrives. Sosial status og verdihierarkier vil således knyttes sammen med navigeringen og grensesettingen mellom den formelle og den uformelle sosiale arbeidsarena. Mitt ønske er at denne vinklingen kan kaste lys over hvorledes møtet mellom kolleger er med på å skape en unik arbeidssosialitet på arbeidsplassen.

I felten

Det stereotype feltarbeid

Gupta og Ferguson (1997) tar for seg den utbredte antropologiske stereotypen når det kommer til feltarbeid. Enda henger det "malinowskiske" idealet om det autentiske feltarbeidet igjen, og de viser i den forbindelse tre konsekvenser dette kan ha ved gjennomføringen av et antropologisk feltarbeid (Gupta og Ferguson 1997: 12). For det første råder det enda en utbredt distinksjon mellom det å være i felt og det å være hjemme, hvor disse gjerne blir betraktet som geografisk adskilt. Å være ute i felten er altså tilsynelatende synonymt med å være borte fra hjemmet. En annen konsekvens er det de kaller for "Fieldwork-based knowledge", hvor en del av kunnskapsflyten i felten plukkes opp og en annen del forkastes (Gupta og Ferguson 1997: 15). Denne kunnskapen kan kalles for feltarbeidskunnskap, og det stilles spørsmål ved hvorvidt denne helst samles inn på geografisk lukkede områder og i småskalasamfunn (Gupta og Ferguson 1997: 15). I tillegg viser de til et eksisterende hierarki over studieemner og temaer; det som er mest fremmed og eksotisk er også det mest antropologisk korrekte (Gupta og Ferguson 1997: 16). Til sist blir det lagt fram om

feltarbeideren selv: i felten går studenten fra en elevrolle, til å tilegne seg et mer faglig profesjonelt selv. Dette beskrives gjerne som et slags "rite of passage" (Gupta og Ferguson 1997: 16). En annen side ved feltarbeideren kommer indirekte til gjennom beskrivelsen av "de(n) andre". Dette stiller spørsmål ved hvem en selv er og hvem "de(n) andre" er. Gupta og Ferguson viser hvordan den stereotype "andre" også lager en motsats; den stereotype etnografen: en hvit, vestlig og relativt velstående mann.

Også Frøystad (2003) legger fram fire dimensjoner vedrørende forestillingen om "det ekte feltarbeid" (2003: 38). I likhet med Gupta og Ferguson (1997) viser også hun til fagets tendens til å idealisere småskalastudier. I tillegg framlegges antropologens forhåndskunnskap som en egen dimensjon, med særlig frykt for hjemmeblindhet (2003: 39). Også stedsforankring står fram som en tidligere selvfølgelig faktor ved feltarbeid (2003: 40). Til sist trekkes metode fram som en egen dimensjon hvor det streves med å finne riktig balanse mellom deltagelse og observasjon (2003: 42). Ved å ta utgangspunkt i disse fire dimensjonene kan mitt eget feltarbeid utbroderes:

Sett i lys av de ovenforstående ideer om det "opprinnelige" antropologiske studie, skiller mitt feltarbeid seg fra dette på flere måter. For det første har jeg vært på feltarbeid i eget hjemland. Byen jeg gjennomførte feltarbeidet i er en av de større i Norge og kan betraktes som et storskalasamfunn i antropologisk kontekst. Distinksjonen mellom feltet og hjemmet var ikke så store, og grensene mellom disse har tidvis vært flyktige og heller tøyelige. I tillegg ble studiet delvis gjennomført ved en arbeidsarena jeg hadde god forhåndskunnskap til. Jeg var dermed vel vitende om at denne kunnskapen både kunne være til hinder, så vel som en god hjelp i møtet med felten. Likevel, det er ikke bare relevant arbeidserfaring som vil kunne farge funnene mine. Alt fra tidligere livserfaringer, livsfase, kjønn, alder og generelle interesser er av relevans i henhold til hva som plukkes opp og hva som bli liggende urørt i en feltkontekst. I motsetning til en studie i et geografisk lukket småskalasamfunn, arbeidet jeg på en delvis mobil arena. Informanter flyttet seg daglig på kryss og tvers av kommunegrenser, fylker og tidvis også landegrenser. Selv om jeg gjennomførte feltarbeidet i eget samfunn kjente jeg allikevel på rollen som "den andre" og "den nye". I ettertid synes jeg å være heldig da jeg raskt ble inkludert og innlemmet i arbeidssettingen. Kontakten med informanter vokste så fram over tid.

En kort presentasjon av feltet: tid og sted

Feltarbeidet ble gjennomført ved en større norsk by, i tidsrommet januar til juni 2013. Jeg var ute i felten gjennomsnittlig tre til fem dager i uka, ofte til ulike tidspunkt og med ulik varighet. Jeg forsøkte også å variere arbeidsaktiviteter og feltlokaliteter (ulike avdelinger, med mer). Jeg har i tillegg hatt jevnlig kontakt med nøkkelinformanter utover dette. Da særlig gjennom uformelle intervju og samtaler både ansikt til ansikt og over telefon. I tillegg har jeg hatt kommunikasjon via epost.

Feltarbeidet ble utført hos to uavhengige bedrifter, en dyrebutikk og en større engrosvirksomhet. Dyrebutikken ligger på et kjøpesenter, med flere konkurrerende butikker i nærområdet. Dette er en detaljvirksomhet med svært mange vareartikler, hvor kunnskap og selgervilje ofte kan være nøkkelen til et salg. Hovedsakelig er det i denne butikken en ansatt på jobb av gangen. I tillegg er det gjerne også en person utplassert gjennom Nav på dagtid. Det å selge er hovedprioritet og salg registreres på hver ansatt og viser blant annet bruttoinntekt, snittsalg per kunde og antall solgte varer. Disse resultatene kan med et par tastetrykk vises på datakassene og kan med det gi rom for konkurranse ansatte i mellom. I tillegg skal det også gjøres forefallende arbeid (tørke støv, vaske gulv, rydde, lage vareutstillinger) for at butikken skal framstå ryddig og innbydende. Det er cirka ti ansatte og av disse er majoriteten kvinner, de fleste i tjuårene. Kun tre av de ti ansatte har en tilnærmet fulltidsstilling ved bedriften.

Engrosvirksomheten ligger utenfor sentrumskjernen og har god plass både inne og ute. Denne virksomheten leverer matvareprodukter til kunder i store deler av fylket. Virksomheten har et stort lokale med to garderober, kjøkken med spiseplass, kontorer, vrimeleareale, lager og en delt kantine. Logistikk er et nøkkelord for denne bedriften som er avhengig av å få varer raskt ut til kunder, grunnet korte holdbarhetsdatoer. Virksomheten kan i korte trekk deles opp etter arbeidsområdene kontorlandskap, lageravdeling, samt en utkjøringsdel. Jeg fikk i all hovedsak størst innpass i de to sistnevnte. Særlig lageravdelingen preges av tidspress og krav om effektivitet, hvilket igjen gir rom for konkurranse mellom de ansatte. Majoriteten av de ansatte er menn og det er blant disse et stort aldersspenn. Det er røflig 30 ansatte, hvor flertallet er tilknyttet lageravdelingen.

I forkant av feltarbeidet gjorde jeg visse valg for å avgrense og innskrenke feltuniverset, i henhold til det jeg ønsket å studere nærmere. Allerede tidlig i forskningsprosessen ble felten konstruert gjennom de valg jeg tok. En slik avgrensning er i tråd med det Frøystad (2003) anbefaler i et storskalasamfunn. Hun foreslår å avgrense feltet på minst tre måter: geografisk, gjennom nettverk, eller gjennom tema (Frøystad 2003: 45). Jeg tok først utgangspunkt i en geografisk avgrensning i form av to konkrete arbeidsplasser. Videre tok jeg utgangspunkt i et nettverksdefinert feltunivers, da jeg tematisk forsøkte å følge nettverkslinker innad i bedriftene.

Å komme inn i feltet

I forkant av feltarbeidet tok jeg kontakt med nesten 20 ulike bedrifter og organisasjoner. Av disse, satt jeg igjen med en liten håndfull hvor jeg ble invitert inn. Antagelig var nøkkelordet "vennskapsrelasjoner" noe avskrekkende for større organisasjoner, særlig grunnet medias søkelys på korrupsjon og "vennetjenester" i løpet av denne perioden. I starten av feltarbeidsperioden besøkte jeg tre bedrifter, og av disse satt jeg igjen med to stykker jeg hadde et håp om ville utfylle hverandre komparativt. Disse ble valgt ut i fra min egen tematiske interesse og ikke minst fordi de begge framstod som gode kilder til informasjon. Dette er også i tråd med Bernards (1994) tips om hvordan en best nærmer seg felten. Hovedsakelig går disse ut på å velge stedene hvor det vil være enklest å få tilgang og dermed mest mulig data. Videre gjelder det å forberede seg på spørsmål og å vise dokumentasjon på hvorfor du vil være tilstede. Jeg hadde i dette henseende forberedt en liten presentasjon den første dagen, men det ble kun aktuelt i møte med daglig leder og butikksjef. De ansatte hadde blitt orientert på forhånd og det falt seg dermed ikke naturlig å avbryte arbeidet deres for å hilse i plenum. Derfor ble det heller til at jeg brukte mine første dager på håndhilsing og å svare på en rekke spørsmål. Disse møtene syntes å være mer givende for meg som feltarbeider, da møtene ble mer personlige og uformelle. I tillegg til at det første møtet skjedde på informantenes egne premisser, da flesteparten tok kontakt på eget initiativ.

Min rolle i felten

Jeg valgte å gå fram på ulik måte i møtet med de to bedriftene. I engrosvirksomheten ønsket jeg å framstå lærevillig og å være en god lytter. Samtidig ville jeg vise at jeg hadde tål og ikke lot meg skremme av fysisk arbeid. Jeg startet dermed feltarbeidet med en sterk innstilling om at jeg ønsket å kunne utføre samme jobb som de ansatte i lageravdelingen. Dette innebar blant annet å lære meg å kjøre palletruck og å bli godt kjent med vareplasseringer, for å oppnå en god flyt i arbeidet. På denne måten fikk jeg lettere en forståelse av den dynamikken som finner sted på arbeidsplassen. Samtidig var det lettere å komme i kontakt med ansatte i en "lærlingrolle". Denne måten å komme inn i felten på, føltes også mer komfortabel enn å utelukkende observere andre jobbe. I tillegg gjorde deltakelsen i arbeidet at det også føltes mer naturlig å følge informanters arbeidsdag med jobbing, røykepauser, spisepause og arbeidsslagens slutt.

I butikken valgte jeg en annen innfallsvinkel, da jeg allerede var godt kjent med bransjen. Jeg plasserte meg derfor i bakgrunnen og ønsket ikke å gjøre for mye ut av meg selv. Å forsøke å se kjente situasjoner med nye øyne ble en prøvelse og det var da lettest å være noe distansert. Hvordan informanter beskrev, for meg allerede kjente situasjoner, ble en inngang til ny lærdom.

Informanter og anonymisering

I engrosvirksomheten hadde jeg først kontakt med daglig leder som ble en kontaktformidler videre ut i løpet. Ved denne bedriften fikk jeg best kontakt med lagerarbeidere og sjåførere, da det var disse jeg tilbragte mest tid sammen med. Likevel, det er mange av disse jeg ikke fikk mulighet til å bli bedre kjent med. Noen fikk jeg bare så vidt snakket med. Det ble med korte kommentarer og høflige hilsener når vi passerte hverandre i lagerhallen eller i gangene, eller var på lunsjrommet samtidig. Det er allikevel takket være slike flyktige samtaler at nye innfallsvinkler og videre inspirasjon til problemstillingene mine dukket opp. Samtidig fikk jeg også utvidet felthorisonten og fant stadig nye temaer å interessere meg for. Deres bemerkninger har altså bidratt til egen nytenkning, samt større kunnskap om hvilke spørsmål som ville være aktuelle å lufte for mine nøkkelinformanter. Ved engrosvirksomheten satt jeg igjen med tre nøkkelinformanter. Disse ble ikke bevisst plukket ut, men var rett og slett de jeg

lærte mest av gjennom feltoppholdet. Felles for de tre er at de alle sitter på mye erfaring og kunnskap om bedriften de jobber i.

I butikken er det færre ansatte og et langt mindre miljø. Her kjenner de ansatte hverandre godt, mye grunnet at denne type jobb gir rom for prat gjennom store deler av arbeidsdagen. I tillegg er det på det meste bare to eller tre stykker om jobb samtidig, når to arbeidsvakter overlapper. Derfor ble det også rimelig å ha en jevn kontakt med de fleste på arbeidsplassen. Nettopp fordi butikken har såpass få ansatte på jobb av gangen og det er mye prating i løpet av dagen, fikk jeg god kontakt med alle på hver sin måte. Allikevel vil jeg påpeke at det særlig var to stykker som jeg vil kalle mine beste nøkkelinformanter. Særlig den ene av disse to ble en døråpner, da vedkommende var god venn med alle, og på sett og vis hadde en fot innenfor enhver "klikk", også i kjedens andre butikker. På den måten fikk jeg også møte informanter utenfor arbeidsplassen. Jeg bruker altså begrepet nøkkelinformant om de informanter jeg fikk særlig god kontakt med og som sitter på kunnskap som var av stor interesse for meg.

Angående anonymisering har jeg vært svært bevisst på å gjøre dette underveis i felten, dette for å følge den antropologiske lovnaden om å ikke volde skade for de involverte. Jeg har på bakgrunn av dette sett meg nødt til å legge en del av etnografien død, nettopp for å ikke gjøre arbeidssteder eller informanter gjenkjennelige. Jeg tok også det valget å ikke skrive ned historier av privat karakter underveis i feltarbeidet, da noen av disse var svært personlige. Av konkrete tiltak i den videre teksten har jeg valgt å skrive alle direkte sitater på bokmål, uavhengig av dialekt. Alle informanter er også blitt anonymisert etter skjønn. Alle involverte har fiktive navn, og jeg har også sett meg nødt til å endre på informantens alder. For noen har jeg også måtte endret kjønn, for at de ikke skal være gjenkjennelige for utenforstående og blant informantene selv. I tillegg vil jeg påpeke at feltarbeidet i sin helhet er anonymisert ved å kun peke ut at lokasjonen er en større norsk by. Antall ansatte ved hver bedrift er også blitt endret noe. Bedriftenes egentlige navn holdes også tilbake for at informanter ikke skal gjenkjennes.

Språk

På forhånd regnet jeg med at de språklige utfordringene i møtet med felten ville være på et minimum, i og med det ble gjort i Norge og på eget morsmål. Allikevel er det særlig to utfordringer jeg møtte på med en gang jeg entret felten. For det første var det fagterminologi, med navn på maskiner og produkter jeg ikke hadde kjennskap til fra før av. I engrosvirksomheten gjaldt dette særlig forkortelser og ord omkring bestillingssystemer og arbeidsutstyr. Eksempler på dette er ulike Plu-koder² som forkortelser på salgsvarer.

I tillegg ble jeg tidlig oppmerksom på en særegen humor på hver av arbeidsplassene. Dette innebar en del uttrykk og talemåter som for meg var nye, og som jeg ikke nødvendigvis selv synes var humoristisk eller underholdende. Noe av humoren lærte jeg å finne humoristisk underveis. I engrosvirksomhetens lageravdeling kan jeg best omtale denne humoren som litt "røff" og gjerne bestående av ertende slengkommentarer. Selv mente de at dette var typisk "guttehumor". I butikken var derimot humoren preget av praktiske spøker, møtet med kunder og historier rundt dette, samt sarkastiske kommentarer. Et eksempel på gjentakende praktiske spøker er tapede snusbokser og bortgjemt kontorutstyr (kalkulator, nøkler, penner, kassaruller).

Noe av det mest interessante med tanke på språk, ble for meg hvordan informanter praktisk håndhevet skillet mellom det formelle og det uformelle. Dette var særlig gjeldende i butikken hvor skillet ble trukket opp mellom en tom butikk og en butikk med kunder. I en tom butikk gikk praten lett og var gjerne av personlig karakter, men i det øyeblikk en kunde kom inn ble samtalen lagt død. Når kunden så forlot butikken, fortsatte ofte samtalen på samme sted.

² Price-Look Up Codes: som regel bestående av fire sifre

Metode

Ulike metoder som verktøy

All deltakende observasjon er feltarbeid, men ikke alt feltarbeid er deltakende observasjon (Bernard 1994: 137, egen oversettelse). Deltagende observasjon regnes som en selvfølgelighet i et antropologisk feltarbeid. Som Bernard (1994) trekker fram er dette selve grunnlaget for antropologer. Likevel, det er mange måter å nærme seg på og å oppholde seg i felten ved hjelp av deltakende observasjon. Først og fremst gjør deltakende observasjon deg i stand til å innhente ulike data (Bernard 1994: 140). I tillegg hjelper metoden til med å skape et trygt bilde av deg som antropolog, det vil si at informanter venner seg til din tilstedeværelse og etter hvert oppfører seg som før du kom inn i felten (1994: 141). I felten lærer du deg å stille de riktige spørsmålene. Deltakende observasjon kan også hjelpe deg å forstå meningen med det du har observert (1994: 141). Selv om deltakende observasjon er den viktigste metoden underveis i felten, er det flere metoder jeg har støttet meg til underveis. Ulike metoder kan bestå av alt fra formelle og uformelle intervjuer, arkivstudier, livshistorier og andre skriftlige kilder, ulike samtaler, samt statistiske beregninger.

En av metodene jeg støttet meg til er intervju, særlig semistrukturerte og ustrukturerte intervjuer (O'Reilly 2012: 120). Ved to anledninger gjennomførte jeg semistrukturerte intervjuer og benyttet meg da av båndopptager. Disse intervjuene ble gjort for å få en bedre forståelse av organisasjonenes oppbygning og for å fange opp viktige faktaopplysninger. Ellers har jeg fått mest data fra de dagligdagse uformelle samtalene, samt noe fra ustrukturerte intervjuer. Jeg har hele tiden hatt med meg en feltbok, hvor jeg har notert ned stikkord. Dette ble som regel gjort når jeg hadde litt tid for meg selv. Deretter tok jeg tak i disse, og skrev mer utfyllende feltnotater på hjemmebane. Jeg har også hatt med fotokamera og tatt en rekke bilder av de ulike stedene. Dette ble gjort for min egen del, for bedre å beskrive selve felten. Bildene er ikke av informanter og vil ikke bli brukt videre.

Jeg har også forsøkt meg på Boissevains (1979) nettverksanalyse. Dette kan være et godt hjelpemiddel i en storby, og kan brukes for å se nærmere på linkene mellom kolleger og

venner. Ved å stille spørsmål om hvem informantene så på som sine nærmeste på arbeidsplassen, kunne jeg tegne opp et kart over de linker som oppstod mellom personene. Deretter fulgte jeg disse linkene og så på gruppetilhørighet, innholdet i relasjoner og sosial organisering.

Mot slutten av feltarbeidet gjennomførte jeg også en spørreundersøkelse. Denne ble sendt ut til alle informanter og var anonym. Selv om jeg i utgangspunktet ikke hadde tenkt på dette som en aktuell metodisk tilnærming, viste det seg å være en rik kunnskapskilde (antagelig grunnet undersøkelsens anonymitet). Gjennom denne spørreundersøkelsen fikk jeg tilgang til informasjon som jeg ellers ikke hadde fått tilgang til.

Datamaterialets begrensninger

Selv om jeg etter beste evne har forsøkt å tilegne meg kunnskap gjennom feltarbeidet, er det åpenbart at mye informasjon også har blitt liggende igjen. Ikke bare på grunn av mine tematiske avgrensninger, men like så hvordan mine personlige livserfaringer og generelle interesser er med på å farge feltarbeidsopplevelsen. Derfor vil jeg påstå at de observasjoner jeg har gjort, kun danner et lite bilde av hva som faktisk har skjedd rundt meg.

Metodiske utfordringer

En aktuell metodisk utfordring er hvorledes feltarbeidet gjennomføres i eget samfunn, særlig når det er snakk om en større by. Et godt verktøy i denne sammenheng er "antropologbrillene", eller det som Frøystad (2003) kaller et "utenfrablikk" (2003: 52). Dette utenfrablikket er til god hjelp i studier av eget samfunn, hvor feltarbeideren gjerne besitter mye forhåndskunnskap. Denne problemstillingen ble for meg tydeliggjort i dyrebutikken, en bransje jeg selv har over ti års erfaring fra. Ved å forsøke å være en "naiv" observatør, prøvde jeg hele tiden å legge forhåndskunnskapen til side og beskrive hendelser så detaljert som mulig. Rett og slett som med et par nye briller. Dette får økt viktighet nettopp fordi jeg og mine informanter har såpass like forklaringsmodeller (Frøystad 2003: 52). Av hensyn til den forhåndskunnskapen jeg kom inn i felten med, plasserte jeg meg bevisst mer i en

observatørrolle enn jeg gjorde i engrosvirksomheten. Det viktigste og tidvis også det vanskeligste ble da å ta et skritt tilbake i settinger hvor jeg følte jeg kunne være til hjelp.

Et annet metodisk problem er den private sfære, da den kan være heller lukket og dermed vanskelig å observere. Etter endt feltarbeid sitter jeg likevel igjen med følelsen av å ha fått mye kunnskap om informanters private sfærer og personlige venns­kaps­relasjoner. Dette tror jeg er mye grunnet kontakten med nøkkelinformantene, samt muligheten til å delta på sosiale treff utenfor arbeidsplassen.

Tidsaspektet kan også betraktes som en metodisk utfordring. Selve feltarbeidet gjennomføres i løpet av seks måneder, som i antropologisk forstand er heller begrenset. Bernard (1994) poengterer at et feltarbeid gjerne må ha en varighet på minst ett år, før man får tilgang på mer sensitiv data (1994: 139). På grunn av tidsbegrensningen kan forhåndskunns­kap være en god hjelp for raskere å komme inn i felten. I tillegg kan kontakten med nøkkelinformanter opprettholdes, etter endt feltarbeid.

Analytiske tilnærminger

En av utfordringene i dette feltarbeidet er å bruke sammenligning som en analytisk strategi (Lien, Lidén og Vike 2001: 13). Dette vil i stor grad være et komparativt studie mellom to bedrifter og deres ulike organisatoriske oppbygninger. Som det står i "Likhetens paradokser": "For sosialantropologer som jobber med hjemlig kultur, er komparasjon en fundamental analytisk-metodisk teknikk og et erkjennelsesprinsipp" (Lien, Lidén og Vike 2001: 14). Samtidig er det også viktig å kunne gi rom for bedriftenes egenart, for bedre å forstå de vidt forskjellige arbeidsarenaer som finnes innad i disse bedriftene.

Om oppgaven

For å presentere den videre teksten på en mest mulig oversiktlig måte, har jeg valgt å hente inspirasjon fra Barths monografi "Balinese Worlds" (1993). Her viser han hvorledes en tekst kan organiseres fornuftig, ved å beskrive de ytre forhold og deretter gradvis redegjøre for nærmere handlinger og interesser. Først vil ytre forhold analyseres slik at "rammen" omkring det som skal beskrives blir tydelig. Dette har blitt gjort her i innledningskapittelet, gjennom blant annet beskrivelser av felt og metodiske tilnærminger. Teksten vil altså organiseres og bygges opp slik: "[The text] starts mainly with impersonal formal organization and only slowly moves toward a more informed portrayal of persons and an interpretation of their understandings and concerns" (Barth 1993: 340). Kapittel to vil derfor også vise til bredere ytre forhold, før mer personlige sider ved arbeidsplassene redegjøres for først i kapittel tre hvor vennskap vil utbroderes, deretter i kapittel fire hvor ulike humorformer beskrives.

Kapittel 2 - Likhet på arbeidsplassen - skjult hierarki og bortgjemte forskjeller?

Dette kapittelet presenterer likhetsbegrepet, samt beskriver den antropologiske utvikling begrepet kan sies å ha hatt her til lands. Begrepets anvendbarhet vil så drøftes, før jeg ser nærmere på hvorvidt et fokus på ulike sosialiteter er vel så nyttig når en skal beskrive trekk ved Norge som antropologisk region. Likhet og hierarkiseringer blir her trukket fram. Denne tematikken vil dras med videre i de påfølgende kapitler, hvor blant annet verdimestringshierarkier vil bli vektlagt (begrep fra Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011)

Kapittel 3 - Arbeidsplassen som sosial arena - kolleger, jobbvenner eller ekte venner?

Dette kapittelet utbroderer vennskapsbegrepet, samt tar for seg spenningsforholdet mellom arbeids- og vennskapshensyn. Dette gjøres ved å analysere ulike vennskapsrelasjoner på arbeidsplassene. Vennskap kan være en rik informasjonskilde, da relasjonenes innhold kan vise til øvrige veklagte verdier. Disse vil så analyseres gjennom flere verdihierarkiseringer.

Kapittel 4 - Humor - et inntak for bedret forståelse av den sosiale arena?

I dette kapittelet vil etnografiske framstillinger av humor benyttes for å skape et levende bilde av arbeidsplassenes unike uformelle sosiale arena. Humor er på denne måten med på å synliggjøre spenningsforhold mellom eksempelvis formell og uformell, offentlig og privat arena. Ulike former for humor beskrives og kategoriseres for å tydeliggjøre bedriftenes arbeidssosialiteter.

Kapittel 2

Likhet på arbeidsplassen - skjult hierarki og bortgjemte forskjeller?

Gjennom en rekke antropologiske studier i Norge har likhet stadig blitt trukket fram som en viktig del av den antropologiske analysen. Ikke bare blir likhet beskrevet som en viktig verdi, men trekkes av Lien, Lidén og Vike blant annet også fram som myte om nasjonal egenart (2001: 11). Kan hende bygger dette på ideen om Norge som en iøynefallende homogen nasjon. Likhet beskriver således den norske væremåten og synes nærmest å være en merkelapp på Norden som antropologisk region (Lien, Lidén og Vike 2001: 12). Begrepet framstår likevel tvetydig, da det på den ene siden forsøker å skildre en verdi blant folk flest og på den andre siden kan betraktes som et målbart statistisk faktum (Lien, Lidén og Vike 2001: 13). Likhet vil her utbroderes for å se nærmere på spenningsfeltet mellom likheter og forskjeller. En slik vinkling åpner for forskningsspørsmål som: hvordan vil den konstante forhandlingen mellom likhet og forskjell komme til uttrykk på arbeidsplassen? Og, vil en slik forhandling synliggjøre hierarkiske strukturer også på den uformelle sosiale arenaen? Er det en sammenheng mellom popularitet og individers posisjonering i ulike uformelle hierarkier?

Først og fremst vil likhet drøftes i en norsk antropologisk kontekst. Her vil særlig Barnes (1954) og Gullestads (2001) arbeider presenteres for å vise viktigheten likhetsbegrepet har hatt og har i Norge. Utover kapittelet vil likhet og egalitet trekkes fram og knyttes til hverdagen på arbeidsplassen. Forhandlingen og det kontekstuelle omkring likhetsbegrepet synes likevel å være vanskelig å gripe fatt i. Derfor vil likhetsbegrepet innledningsvis betraktes med et antropologisk skråblikk, med det formål å vise hvordan likhet kan betraktes som et premiss for sosial samhandling. På grunn av likhetsbegrepets kompleksitet og diffushet, vil sosialitetsbegrepet analytisk trekkes inn for å utfordre den mye utbredte likhetstankegangen. Bruun, Jakobsen og Krøijer foreslår å gå bort fra den nærmest forventede analyseringen av skandinavisk etnografi i termer av likhet, til å analysere likhet i termer av sosialitet (2011: 2). Dette mener de kan åpne for mer presise framstillinger av regionen. En slik vinkling kan være med å kaste lys over hvorvidt et fokus på likhet i en gitt arbeidssetting

også kan vise til forskjeller. For kan likhet eksistere uten forskjell? Hvordan kommer dette til uttrykk på en sosial arena?

Et antropologisk skråblikk på utviklingen av likhetsbegrepet i Norge

Likhet blir gjerne omtalt som et portvaktsbegrep i nordisk antropologi, hvilket betyr at det både har påvirket tidligere arbeider og antagelig vil legge føringer på framtidige arbeider (Lien, Lidén og Vike 2001: 12). Likhet synes derfor å være et komplekst begrep. Det problematiske med portvaktsbegreper er at de gjerne setter agendaen for senere forskning i en gitt region. Dette kan føre til et direkte impediment, hvor likhet således kan bli en flaskehals for andre teoretiske tilnærminger. Likevel, begrepet kan være et godt inntak for å danne en bedre forståelse av den norske væremåten, både teoretisk og praktisk. Således kan likhet betraktes som et "kulturelt omdreiningspunkt", hvor likhet trekkes fram som et inntak ved beskrivelsen av den norske væremåten (Lien, Lidén og Vike 2001: 12). På tross av likhetsbegrepets fotfeste i nordisk antropologisk sammenheng, synes begrepet å stå fram som tvetydig. I antologien "Likhetens paradokser" (2001) utforskes disse motsetningene. Lien bringer flere muligheter for likhetsbegrepet på bane: "likhet som kulturell verdi, som premiss for samhandling, som mål for politisk ideologi eller som myte om nasjonal egenart" (ibid. 2001: 11). Også lingvistisk synes likhet å være et utydelig begrep. Som eksempel ligger det engelske begrepet "equality" tett inntil den norske forståelsen av likhet, men blir gjerne heller oversatt som likeverd (ibid. 2001: 16). På samme måte oversettes gjerne det engelske begrepet "sameness", som det å være like (ibid. 2001: 16). Når likeverd og "makehet" i praksis ofte inkorporeres i likhetsbegrepet, illustrerer det hvor mye det kan sies å romme. Denne svært vide forståelsen av likhet, kan så tydeliggjøres ved å skille mellom likhet som premiss for sosial samhandling, og likhet som regulerende prinsipp for velferdspolitiske insitusjoner (ibid. 2001: 16). I den videre teksten er det hovedsakelig førstnevnte, altså likhet som premiss for sosial samhandling som vil være i fokus. Likeså vil likhet som verdi bli trukket fram.

For å bedre forstå likhetsbegrepet vil et par relevante bidrag innen norsk antropologi her kort trekkes fram. En av de kanskje mest kjente tekstene om likhet her til lands er Barnes (1954) tekst om et fiskerisamfunn på Bømlo. Han beskriver innledningsvis Norge som: "...a land

which prides itself on its affirmation of social equality" (Barnes 1954: 40). Selv om artikkelen er fra 1950-tallet, er forestillingen fortsatt aktuell da likhet også i dag oppfattes som en kjerneverdi av mange, i en stadig mer mangfoldig nasjon. Barnes analyse av den sosiale arenaen resulterte i beskrivelsen av tre sosiale felt. Det første er et territorielt felt hvilket synliggjøres gjennom blant annet en tydelig hierarkisk struktur, som retter fokuset mot ulike administrative og formelle oppgaver (Barnes 1954: 42). Videre omtales et sosialt felt generert av industrisystemet, altså et felt preget av funksjonalitet. Dette kjennetegnes eksempelvis av ulike bedrifters gjensidige tilknytninger, heller enn vektleggelse av hierarkiske oppbygninger (dog vil bedriftene kunne være hierarkiske internt) (Barnes 1954: 43). Det siste sosiale feltet kan kalles for et nettverksfelt, da dette ikke preges av tydelige avgrensede enheter. Dette nettverket viser hvordan sosiale relasjoner bygges og ivaretas, og det er i dette feltet den norske likhetstankegangen gjerne synliggjøres. Her knyttes det bånd med venner og bekjente som betraktes som "like" nok. Likhet kommer altså til uttrykk gjennom en form for sosial organisering, hvor de som betraktes som for ulike unngås. Dette blir også tydelig gjennom Barnes beskrivelser av sosial klasse, hvor "den store middelklassen" trekkes fram som en del av "oss" og "folk flest". Igjen, den egalitære ideen viser til den flytende grupperingen av en stor og utydelig middelklasse som det normale. Barnes tekst ble med dette viktig for den videre forståelsen av det egalitære Norge og møtet med hierarkiske strukturer.

I Gullestads arbeid med likhet og egalitet beskriver også hun den store og utydelige middelklassen i Norge. Gullestads resonnement er komplekst og det vil her kun nevnes et par relevante poeng³. Hun viser eksempelvis til viktigheten av at aktører må *føle* seg like, for å passe sammen og å være likeverdige. Dette kommer så til uttrykk gjennom en "situasjonsdefinisjon" hvor likhet fremheves (Gullestad, i Lien, Lidén og Vike 2001: 35). Gjennom en slik samværsstil av likhet, kan situasjonsdefinisjonen paradoksalt nok også åpne for ulikhet, i den forstand partene også åpner for et individuelt menneskeverd (ibid. 2001: 35). Videre har Gullestads dikotomier hierarki og likhet, samt holisme og individualisme i sin tur blitt viktige for den videre antropologiske analysen i skandinavisk sammenheng (Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011: 1-2). Det er også her i hennes arbeid med likhet og egalitet, at hennes velkjente tese "likeverd som likhet" ("equality as sameness") dukker opp (Lien, Lidén

³ For mer om Gullestads resonnement, se hennes monografi (1984) "Kitchen-Table Society".

og Vike 2001: 18). Likhet framstår altså som det å være like hverandre i Skandinavia. Dette viser seg eksempelvis gjennom sosial samhandling hvor forskjeller underkommuniseres (ibid. 2001: 18). På denne måten kan en tydelig homogen oppfattelse av sosiale grupper dannes og opprettholdes, hvilket igjen også kan skape en følelse av tilhørighet. Likhet som skapt tilhørighetsfølelse vil jeg vende tilbake til nedenfor, da dette er en aktuell tematikk også på arbeidsarenaen.

Likhetsbegrepet, med rom for kritikk?

- Vektleggelsen av ulike sosialiteter

Lien skriver: "Til tross for en viss debatt er Gullestads tese om "likeverd som likhet" (equality as sameness) blitt stående som ett av de mest sentrale og hyppigst siterte forsøkene som er gjort på å generalisere om norsk kultur på basis av antropologiske studier" (Lien 2001: 86). Denne likhetstesen har siden møtt kritiske røster, blant dem Bruun, Jakobsen og Krøijer (2011) som i artikkelen "The Concern for Sociality - Practicing Equality and Hierarchy in Denmark" særlig griper tak i Gullestads og Barnes arbeid med likhet, og utfordrer denne etablerte likhetstesen. Sammen går de inn for å vise hvordan likhet kun er en av flere verdsatte former for sosialitet i Danmark:

Different ways of initiating, encouraging, and cutting social relations (cf. Strathern 1996) are considered appropriate at particular moments and in different social spaces. People value not only individuality and equality in social interaction, but also the authentic and accepted forms of "proper sociality"; such as *hygge* (coziness), *fællesskab* (community), *rummelighed* (spaciousness), and *hjemlighed* (hominess). More than anything, it seems to be the shared engagement in reflection on and concern for these highly valued social forms that unites people.

Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011: 2

Ved å vise en annen inngangsport, nemlig sosialitet, mener de å kunne skape et mer nyansert bilde av regionen. Dette gjøres ved å trekke inn Simmels (1950) begrep "socialbility", hvilket viser hvordan ulike sosialiteter gis mening og dermed bærer en egenverdi (ibid. 2011: 2). På denne måten viser altså Bruun, Jakobsen og Krøijer hvordan ulike samværsformer kan gis

mening og verdi i seg selv. Dette innebærer at det ikke bare verdsettes likhet og individualitet ved sosial interaksjon, men også ulike former for sosialitet. I denne sammenheng trekkes de danske sosiale formene "hygge, fællesskab, rummelighed og hjemlighed" fram (ibid. 2011: 2). Dette er eksempler på kulturelle verdier som personer forsøker å realisere innad i ulike sosiale arenaer. Disse påvirkes igjen av tid, materialitet og rom, ved ulike dimensjoner i dagliglivet. Et eksempel på dette er hvordan hygge som verdi, kommer til uttrykk i hjemmet gjennom for eksempel peisvarme, tente lys, pledd og en kopp med varm kakao. Dette blir tydeliggjort i Linnets "Money Can't Buy Me Hygge" (2011) hvor hygge beskrives som en del av skandinaviske væremåter. Hygge kan således betraktes som et forsøk på å midlertidig verne seg fra marked, konkurranse og sosial stratifikasjon (Linnet 2011: 22).

En annen analytisk tilnærming til egen antropologisk region er å finne i Liens (2001) redegjørelse av Norges største fiskevær, Båtsfjord. Hun oppdaget hvorledes blant annet materialitetens betydning ble trukket fram ved sosial interaksjon. Særlig trekkes gaveutvekslinger fram som en form for sosial inklusjon, hvor både det å gi og å motta er viktige aspekter ved dannelsen og vedlikeholdet av nettverk (Lien 2001: 96). Slike gavebytterelasjoner synes derfor å være vel så beskrivende i analysen av sosiale relasjoner i Båtsfjord, som Gullestads likhetstese. Lien viser også et annet mulig inntakt i felten, nemlig "annerledeshet". Selv opplevde hun at rollen som nyinnflyttet og "annerledes" ble brukt av andre som et utgangspunkt for å bli kjent (ibid. 2001: 93). Denne åpenheten for de som er annerledes kommer særlig av stedets "kulturelle" mangfold, med stor gjennomgående trafikk av både arbeidskraft og fiskebåter. Lien poengterer at ulike dimensjoner, slik som likeverd og likhet, ikke nødvendigvis er like utviklet og dermed like anvendbar i hele regionen.

En annen del av kritikken til Bruun, Jakobsen og Krøijer (2011) retter seg direkte mot etnografiske studier gjennomført i Norge. I all enkelthet blir disse omtalt som ensformige Barth-inspirerte studier av lokalsamfunnet ("community studies"). Med dette menes studier som gjerne gjennomføres på øde, avsidesliggende småsteder, hvor allerede skapte idealer om nærhet, uavhengighet, likhet og solidaritet idealiseres ytterligere. Vike, Lidén og Lien (2001) viser til en tidligere gjennomgående mangel av eksplisitt sammenligning innad i regionen, hvilket resulterer i heller løsrevne tematikker, framfor gjennomgående systematiske beskrivelser.

Denne kritikken viser hvordan likhet kun er et av flere inntak til en bedre forståelse av Norge som antropologisk region. Det blir tydelig at Gullestads likhetstese ikke er like anvendbar ved alle sider i samfunnet. Likevel kan likhet være en god hjelp for å avdekke og forstå dannelsen av ulike sosiale felt. Kritikken fra Bruun, Jakobsen og Krøijer går i hovedsak ut på at likhetsbegrepet kan bli for generaliserende og dermed vil legge føringer på videre etnografiske analyser. Disse kan i verste fall ende opp som simple og unyanserte studier. Ved å vise hvordan ulike sosialiteter kan nyttes, viser de på samme tid at likhet kun er et av flere inntak til felten. Denne vinklingen kan bidra til en mer nyansert og kompleks beskrivelse av regionen. Dette blir tydeliggjort gjennom verdimestringshierarkier, som kommer til syne gjennom den enkeltes evne til å mestre korrekte former for verdsetting. Slik oppstår det også tydelige hierarkiske strukturer. Nedenfor, hvor eget empirisk materiale trekkes inn, ble dette en innfallsvinkel for å analysere dikotomiene privat og offentlig, samt formell og uformell i en konkret arbeidskontekst. I tillegg vil ulike verdier på arbeidsplassen beskrives utifra en sosiabilitet, hvor verdiene antas selv å inneha en mening. Det være seg verdier som hygge og kos, men likeså likhet.

Sosial gruppe og sosial kategorisering

- dannelsen av likhet på arbeidsplassen

Jenkins (1996) skille mellom to former for kollektiv identifikasjon kan være med på å kaste nytt lys over likhet i en bedriftssetting. Først og fremst vil hans måte å kategorisere på, kunne skape en klar distinksjon. "Sosial gruppe" viser til informanternes egne grupperinger, det være seg vennegjengen som møtes på fritiden eller "gutta på lageret" - altså grupperinger med en viss gruppebevissthet (1996: 104). "Sosial gruppe" anerkjennes altså av dens medlemmer og eksisterer ut i fra dette. "Sosial kategori" eksisterer derimot utelukkende ut i fra en observatørs gjenkjennelse (1996: 104). Denne brukes for å beskrive og klassifisere informanter etter eget ønske gjennom ulike kategorier som for eksempel kjønn, alder, etnisitet, religion og utdanning. Likevel er det viktig å poengtere at sosiale grupper og sosiale kategorier gjerne har glidende overganger og i mange tilfeller også kan være overlappende. Derfor er det konteksten som avgjør hvorvidt informanter videre omtales som det ene, eller det andre. Bruken av en slik distinksjon kan betraktes som ulike måter å gripe an og forstå interaksjon mellom individer. Dette ble videre brukt som et hjelpemiddel for å systematisere informanternes sosiale nettverk, i sammenheng med den formelle arbeidssettingen.

Den kanskje mest iøynefallende sosiale gruppen ved de to virksomhetene er vennegjengen i dyrebutikken. Denne framstår med en åpenbar indre kjerne, hvor særlig tilhørighet, hygge og humor verdsettes. Vektleggelsen av tilhørighet synes å være forenlig med likhetsideen, hvor det å passe sammen blir særlig viktig. Figurativt vises dette gjennom en felles sosial plattform, hvor den formelle hierarkiske oppbygningen synes å opphøre. Dette kommer tydelig fram ved sosiale sammenkomster på fritiden, særlig i møte med butikksjefen Fredrik. På arbeidsplassen er han blant de ansatte kjent for å være "en som vet best" og som til tider har en nokså belærende tone. Dette endres når han tar plass i den indre kjernen i vennegjengen, for her underspilles gjerne den organisatoriske strukturelle oppbygningen. Dette kom til syne i et bursdagsselskap hvor Fredrik, tre ansatte, så vel som en tidligere kollega var til stede. Der rådet et tydelig og unisont "oss" gjennom humoristiske historier, hvor "de andre" eksempelvis var kunder. Slik ble den felles plattformen til stadighet formet slik at alle til stede syntes å bli inkludert på lik linje. Denne samværs måten synes å være i tråd med Gullestads tese "likeverd som likhet" (jf. Lien 2001: 87). Dette fordi den indre kjernen synes å bestå av individer som betrakter hverandre som like. I tillegg blir kolleger som ikke mestrer vennegjengens spesifikke måter å uttrykke likhet på delvis ekskludert. Slik oppstår det Bruun, Jakobsen og Krøijer (2011) analyserer som verdimestringshierarkier. Dette fører til at kolleger som ikke mestrer denne formen for sosialitet i større grad unngås på de uformelle sosiale arenaene.

Det kan synes motsetningsfylt å lete etter egalitet og likhet i en bedriftssetting preget av en formell organisering og tydelige strukturer. Den formelle hierarkiseringen som er til stede på begge arbeidsplasser synes likevel å eksistere side om side med en uformell sosial arena, preget av egne verdimestringshierarkier. Således kan en vektleggelse av disse kunne gi en mer kompleks forståelse for hvordan likhet trekkes fram og forhandles på arbeidsplassen. De sosialiteter som vektlegges på den uformelle arena vil også være et viktig deskriptivt trekk ved arbeidsplassens totale arbeidsarena. Ved bruk av sosialitet som begrep, dukker faren for å skape ikke bare essensialiserende sosialiteter opp, men likeså homogene sosialiteter. For det er klart at bedriftene ikke har en klar avgrensning i møtet med andre sosiale grupper. Like så eksisterer det forskjeller innad i den overordnede sosiale gruppen. De sosialiteter som blir beskrevet står altså i fare for å framstå som lukkede og statiske, hvilket ikke er tilfellet. Derfor vil arbeidsplassens sosialiteter trekkes fram som en verdi i seg selv.

Likhet som verdi

Grunnen til at jeg har holdt ut så lenge som jeg har, går på at det er greie folk jeg jobber med og greie arbeidsoppgaver. Bedre enn å sitte i kassa på Rimi og kjede seg. Vi er jo venner alle mann og det er viktig. Vi snakker med hverandre og da stiller hele gjengen på lik linje. Tror det er veldig viktig.

Morten, deltidsansatt i butikk

Jeg tror arbeidsmiljø har mye å si for om folk slutter, eller finner en annen jobb da. Det er i hvert fall noe jeg bryr meg mye om. Syns ikke arbeidsmiljøet her er så bra. Han (Fredrik, butikksjef) skal alltid vise at han er best. Det er ikke han som står i butikken og må ta i mot driten fra kunder som kommer tilbake og er sure. Irriterer meg at han skal rakke ned på oss andre, som om han er så annerledes og bedre enn oss vanlige?

Lisa, fulltidsansatt i butikk

Som de to sitatene ovenfor illustrerer kan likhet betraktes som en verdi, selv om det ikke nevnes eksplisitt. Morten uttrykker en glede over å få være med "i gjengen" hvor alle er likestilte uavhengig av faktorer som stillingsprosent, ansvarsområde, alder, kjønn og ansiennitet. Lisa opplever på sin side at butikksjefen ikke er med i denne gjengen, fordi hun føler at han hever seg over henne og hennes arbeidskolleger. Dette er et tydelig irritasjonsmoment og hun er misfornøyd med at han selv ikke ønsker å være på samme nivå som dem.

Likhet som verdi på arbeidsplassen kom tydelig fram der hvor ansatte med ulike ansvarsområder og stillinger samarbeidet. Det ble da viktig å finne en felles plattform hvor de involverte framstod som like hverandre, gjerne med utgangspunkt i en felles verdi eller interesse ved bedriften. Likhetsidealet kan her sies å være et premiss for samhandling, i den forstand at likhet framheves og ulike former for hierarkisering undermineres. I praksis foregikk dette både på en formell og uformell arena, eksempelvis når to parter samarbeidet om en gitt oppgave, eller hadde pause sammen. Den måten å samhandle på er også aktuell der hvor ansatt og leder arbeider sammen side om side. I dyrebutikken syntes denne "delte"

plattformen å være særs viktig for den "underordnede" i det pågående arbeidet. Et eksempel på dette er hvordan butikksjefen Fredrik og en av de nyere deltidsansatte sammen gjorde noe forefallende arbeid. Butikksjefen tok initiativ til å få laget en ny utstilling i butikken og det skulle da flyttes rundt på varer, ryddes og vaskes. Fra butikksjefens side var dette arbeidet for den nylig ansattes skyld, for å vise hvordan oppgaven forventes fullført. Den deltidsansatte var på sin side mest opptatt av den gode muligheten til å bli bedre kjent med sin nye sjef. Hun var derfor svært opptatt av å finne likhetstrekk ved seg selv og butikksjefen, framfor å få arbeidet unnagjort. Hun ville samtale om hvordan de begge kom fra samme sted i en av nabokommunene og at de i stor grad hadde vokst opp i samme miljø. For henne syntes det viktig å påpeke ovenfor butikksjefen at de nå stod og gjorde et felles arbeid og også hadde en felles bakgrunn. Fredrik lot i utgangspunktet ikke til å være særlig entusiastisk for all pratingen. Han svarte kun kort, og ga heller beskjeder angående arbeidet de to holdt på med. Etter at de hadde ryddet bort den gamle utstillingen og han spurte om hun kunne vaske over utstillingsbordet, begynte han med ett å bli mer pratsom. Det framstod nærmest som om han begynte å ta tak i samtalen deres ved å vri den over til å skape et felles ønske om å utføre et godt arbeid. I dette tilfellet lot den ansatte seg tydelig motivere, og sett utenifra kan det virke som om den nevnte plattformen gikk fra å spille på en felles bakgrunn, til å gi rom for å bli en jobbplattform. Dette var antagelig også ønskelig for butikksjefen selv. Dette eksempelet kan sies å illustrere en enkel underspillelse av den hierarkiske formelle oppbygningen fra sjefens side. Da jeg i ettertid spurte butikksjefen om denne episoden, svarte han litt dramatisk:

Hvorfor skal jeg gjøre det samme arbeidet som en uten utdanning, arbeidserfaring og livserfaring? Er det riktig at jeg skal bruke tid og krefter på å motivere denne personen til å gjøre nokså enkle arbeidsoppgaver, når jeg selv har viktigere ting å gjøre? Hvorfor skal alle behandles helt.. helt.. likt? Alt skal liksom være så flatt.

Fredrik, butikksjef i dyrebutikk

Dette sitatet synes å vise til en viss frustrasjon over den nyansattes effektivitet. I tillegg synes Fredrik å være opptatt av den organisatoriske strukturen på arbeidsplassen, hvilket kan være direkte knyttet til hans egen posisjonering i det formelle hierarkiet. Da dyrebutikken som arbeidsplass kan karakteriseres som mindre autoritær, blir muligens Fredriks sosiale posisjonering enda viktigere å tydeliggjøre ovenfor en nyansatt som i dette eksemplet.

Likhet som ideal

Likhet som verdi, eller ideal, stod også fram ved engrosvirksomheten med hensyn til å finne tilhørighet og en felles plattform kolleger i mellom. Som inkluderingsmetode ble sunnhetsidealet stadig bragt på bane, og stod med det nærmest fram som en av kjerneverdiene på arbeidsplassen. Sunnhet som verdi syntes daglig å bli trukket fram i ulike settinger. Formelt kommer dette til syne gjennom en treningspause for de ansatte cirka en gang i uka, i tillegg til store plakater med tips til treningsøvelser som var hengt opp på lageret. Uformelt syntes også sunnhet og god helse å være et vanlig samtaleemne, hvor særlig styrketrening ble vektlagt. Sunnhet kan her omtales i termer av Bruun, Jakobsen og Krøijers verdimestringshierarki, hvor ulike aktørers evne til å leve opp til et slikt ideal gir utslag hierarkisk (2011: 2). Dette er med på å illustrere hvordan dannelsen av samhold også kan gi en grobunn for ulikheter.

Et paradoks i denne sammenheng er hvordan sunnhetsidealet samtales om og hvordan det møtes i praktisk forstand. Det overrasket meg stort da jeg i felten ikke fant tegn på at mosjon og et sunt kosthold ble vektlagt i praksis. Eksempelvis fant en stor del av den uformelle sosiale interaksjonen på lageret nettopp sted i røykepausene. Sett fra sidelinjen ble denne "hengingen" utenfor en av inngangsdørene til "bunkersen" (ansattes betegnelse av hele bygningsmassen) stående som et viktig aspekt ved arbeidsplassens sosialiteter. Kan hende har dette en sammenheng med det store konkurransedrevet på arbeidsplassen. Dette sammenfaller også med konseptet av hygge Linnet beskriver som den ultimate familiære referanse, og når denne så blir tatt med ut i offentligheten strebes det etter intimitet og andre velkjente familieverdier (2011: 30). Engrosvirksomhetens tilhørighetsfølelse synes å bli preget av dette verdisynet. Den felles plattformen er med på å skape et sosialt pusterom i en hverdag som ellers er preget av mye konkurransepreget arbeid.

Formelle og uformelle hierarkiseringer: produktivitet og effektivisering

Vi er liksom en stor familie, selv om det er noen som er såkalte innleide.

Lars, daglig leder i engrosvirksomhet

Daglig leder kommer her med en god illustrasjon på hvordan ulike ansattgrupper likevel kan skape en felles tilhørighetsfølelse på arbeidsplassen. Disse innleide som daglig leder her nevner er i stor grad en del av fellesskapet, da majoriteten av disse har jobbet ved bedriften i en årrekke. Likevel er det en tydelig distinksjon her, som daglig leder selv er meget oppmerksom på. Den innleide arbeidskraften er langt mer produktiv enn den fast ansatte staben. I tillegg er de langt sjeldnere borte fra arbeidet grunnet sykdom. Dette gjør denne arbeidskraften ikke bare effektiv og lønnsom, men også mer pålitelig. En av de praktiske årsakene til dette kan være lønnsforskjeller mellom de fast ansatte og de "fast" innleide. Staben med de fast ansatte får timelønn, så og si uavhengig av produktivitet og effektivitet. Dette skiller seg fra de innleide sjåførene, som også lønnes etter antall utkjørte ordrer.

Et annet eksempel er norsk versus litauisk arbeidskraft både på lageret og blant yrkessjåførene. I likhet med den innleide arbeidskraften er den litauiske staben langt mer produktiv enn den norske. Både på lageret og blant sjåførene er effektivitet og tidspress noe som gjør seg gjeldende i en travel arbeidshverdag. Dette synes godt på lageret hvor en dataskjerm enkelt kan vise en liste over hvem som plukker flest vareartikler i timen. Det er i all hovedsak de litauiske arbeiderne som jevnt over ligger på toppen av denne listen. Å se hvem som er de mest effektive arbeiderne kan i denne forstand være en mulig innfallsvinkel for å se nærmere på hvordan uformell status skapes og etterstrebes. Brochs-Haukedal (2010) viser hvordan en aktørs formelle status ikke nødvendigvis er sammenfallende med den uformelle statusen. Dette ser en også i ovenfornevnte eksempler, hvor det er de "utenfra" som gjør jobben mest effektivt. Ser en utelukkende på bedriftens organisatoriske oppbygning, avdekkes ikke dette uformelle "lederskapet". Likevel, dette kan ha mye å si for bedriftens økonomiske vinning (Brochs-Haukedal 2010: 300-301).

Likhet og hierarki står fram som en av Gullestads mest velkjente dikotomier. Dumont viser hvordan denne dikotomien alltid gjør seg gjeldende på en eller annen måte, i et hvert samfunn (Dumont 1970, i Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011: 2). I en jobbkontekst vil forestillingen om homogenitet sjeldent utfordres i stor skala. Etter at en sosial plattform er skapt, kan siden mindre forskjeller tilskrives som "rom for individualitet". Her spiller også individers konstruksjoner av ulike sfærer inn. På generelt grunnlag oppfattes gjerne den totale arbeidsarena som en offentlig arena, men det finnes flere eksempler hvor sosiale felt og private sfærer skapes i en arbeidssetting. Dette kommer eksempelvis til uttrykk som småpauser i dyrebutikken. I tillegg kan en slik privat sfære uttrykkes gjennom et geografisk avgrenset område, hvilket det kombinerte kjøkken og pauserommet i engrosvirksomheten viser. Rommets framtoning fremmer en uformell og nærmest familiær arena, med sitt fullt utstyrte kjøkken med hjemmekoselig preg. Her møtes kolleger for å drikke kaffe, spise lunsj og ikke minst for å prate.

Verbal kommunikasjon - VI skaper tilhørighet

Å analysere hvordan kommunikasjon på arbeidsplassen foregår kan være et annerledes inntak for å se nærmere på likhet. Både språk og kroppsspråk brukes både bevisst og ubevisst for å kommunisere gjennom arbeidshverdagen, men måten dette gjøres på har mye å si for andres oppfatning av et individ. Et tydelig trekk som gjør seg gjeldende ved begge virksomheter er bruken av ordet "vi". Et banalt eksempel er hvordan en ansatt har utført en arbeidsoppgave alene, men i etterkant uttaler "vi gjorde ferdig bestillingen til...". Denne talemåten virker inkluderende og kan være med på å fremme en tilhørighetsfølelse. På samme måte kan bruken av "vi" være en form for taktisk inkluderingsmetode, når daglig leder til stadighet uttaler: "vi må jobbe mer effektivt" eller "vi må holde det ryddig her". Han kunne i stedet uttalt "dere må jobbe mer effektivt" og på den måte vise at han selv ikke deltar i det konkrete arbeidet med å pakke varer. Han ville da ha ekskludert seg selv, samt ledernivået fra deres arbeidsetos. Denne aktive bruken av "vi" som kommunikasjonsform ble gjerne benyttet der hvor flere kolleger var tilstede. Dette syntes gjeldende både ved den formelle og den uformelle sosial arena. Denne bruken av "vi" for å skape tilhørighet, sammenfaller i stor grad med Barnes (1954) poeng om hvorledes enstemmighet ble viktiggjort sett utenifra. På denne måten skapes det enklere et "oss".

Oppsummering

Likhet er en tematikk som favner svært vidt, og kun en brøkdel av det teoretiske materiale som eksisterer har her blitt presentert. Fokuset har gjennom teksten vært å drøfte bruken av likhetsbegrepet, samt vise hvordan det kommer til uttrykk ved de to virksomhetene. Først og fremst har likhet blitt lagt fram som en forutsetning, eller som et premiss, for sosial samhandling. Dette viser til en idé "...om at man må være lik for å føle seg likeverdige..." (Lien 2001: 87). Videre har avstandsskaping kommet til syne heller indirekte, gjennom eksemplet med vennegjengen i dyrebutikken - hvor kolleger som ikke mestrer de korrekte formene for sosialiteter holdes utenfor. I tillegg illustrerer denne vennegjengen hvordan en formell jobbrolle kan legges bort på en uformell sosial arena, hvilket viser hvordan forskjeller kan unngås eller underkommuniseres. Likhet synes med det å være et viktig element ved beskrivelsen av arbeidsplassens sosiale arenaer. Likhet, og dets motsats, ulikhet, kan dermed være en god hjelp når arbeidsarenaen beskrives. Således kan likhet som kulturelt omdreiningspunkt komme til syne ved flere ulike sosiale arenaer. Likevel synes Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) kritikk å være viktig for en mer kompleks analyse, da dette viser at det også eksisterer andre gode analytiske inngangsporter. Disse fremmer blant annet en idé hvor verdimestringshierarkier kan være med å åpne for en mer detaljert studie. Dette kan være en berikende innfallsvinkel ved studiet av sosiale relasjoner, hvilket jeg vil ta opp i påfølgende kapittel. Her trekkes positive sosiale relasjoner, så som vennsapsrelasjoner fram. På samme måte som likhet også gir rom for ulikhet, kan også positive sosiale relasjoner gi rom for negative sosiale relasjoner. Dette blir tydeliggjort gjennom kapittel tre, da verdimestringshierarkier brukes for å se hvordan kolleger manøvrerer seg fram på en sosial arena. Som Bruun, Jakobsen og Krøijer (2011) poengterer vil det alltid finnes konkurrerende former for sosialitet, slik som det mellom vennskap og arbeid.

Kapittel 3

Arbeidsplassen som sosial arena - kolleger, jobbvenner eller ekte venner?

Nordmenn ligger i dag høyt oppe på lista over innenlandske flyttinger i Europa (Østby 2002). I et samfunn med høy mobilitet vil innbyggerne måtte danne seg et nettverk opp til flere ganger gjennom livet. Dette gjenspeiles også ved et økt fokus på vennskapelige relasjoner. Dette fokuset kan forklares ved at vennsksrelasjoner i større grad enn familierelasjoner også er mobile. Vennsksrelasjoner kan på så måte gi et trygt holdepunkt i hverdagen og dette kan forklare noe av årsaken til at familierelasjoner tilegnes mindre viktighet nå enn for et par tiår siden⁴. Flytting er gjerne preget av livsfaser, og en av de største av disse er det aktive arbeidslivet. Som innflytter kan arbeidsplassen således være den første sosiale arenaen på et nytt sted. For mange er arbeidsplassen også en viktig sosial arena, hvor det gjerne er flytende overganger mellom venner og kolleger, samt formell og uformell arena. Forhandlingen av disse grensene vil i dette kapitlet beskrives, blant annet gjennom å trekke fram den uformelle sosiale arenaen, hvor mye av denne konstante navigeringen av grenser foregår. Hvordan påvirker sosiale relasjoner i så henseende arbeidsorganiseringen? Ved å knytte sammen organiseringen av arbeid og ulike sosiale relasjoner kan kanskje arbeidsplassens spesifikke former for sosialitet(er) komme til syne. Og videre, hvilken betydning har vennsksrelasjoner for den enkelte på arbeidsplassen? En inngangsport for å se nærmere på dette er å betrakte hvordan kolleger selv nytter sosiale begreper slik som god venn, ekte venn, bestevenn, venn, kompis, jobbvenn, kollega og lignende. En kartlegging av bruken av slike begreper kan være nyttig for den videre forståelsen av personers håndtering av de flytende grenser mellom det formelle og uformelle sosiale felt. Dette viser også til et rolledilemma, hvor venn kontra kollega kan vises som en utfordring i spesifikke situasjoner. Derfor vil vennsksrelasjoner her trekkes fram for å vise hvordan dette motsetningsfylte forholdet kan komme til syne. Det blir i denne sammenheng tydelig at disse affektive relasjonene tar mange former og i tillegg kan variere over tid.

⁴ Se Lange og Slagsvold (2003) for mer om det "moderne" vennskapet.

På samme tid må framleggelsen av vennskap og arbeid i fellesskap betraktes i lys av de sentrale verdier som står sterkt i samfunnet for øvrig. Det være seg verdier som trygghet, tillitt, hygge, kos, tilhørighet, likhet, likeverd og frihet.

Dette kapittelet vil i all hovedsak vise ulike analytiske tilnærminger til vennskap og ulike måter å begrepsfeste det på. Vennskap kan tematisk være en god kilde til informasjon, da innholdet i relasjonen kan gi et detaljrikt bilde av øvrige verdier som blir verdsatt på en sosial arena. Innledningsvis vil noen av de sentrale utfordringene knyttet til begrepet utbroderes, for å vise hvorfor begrepet av mange har blitt betraktet som teoretisk uhåndterbart.⁵ For å likevel skape enkle forståelsesrammer rundt dette tvetydige begrepet trekkes informanternes egne vennskapsideer inn for å kaste lys over mer kjente definisjoner av henholdsvis Robert Paine (1969) og Bettina Beer (2001). Denne definisjonsproblematikken tas også opp innunder "Vennsksrelasjoner i teorien" hvor ulike kategoriseringer dras fram for å vise noen av de analytiske forsøkene som har blitt gjennomført for å tydeliggjøre relasjonen. For å spesifisere hva slags antropologisk objekt vennskap er, tar jeg utgangspunkt i Paines (1969) tre kritiske spørsmål om vennskap: hva menes med vennskap (for antropologen og informanten)? Hva er vennskapets innhold? Hvem er venner? (Paine 1969: 506). Paine poengterer at det problematiske ved analysen av vennskap kan være at relasjonen ofte blir tilskrevet et annet rollesett (1969). For antropologen kan det eksempelvis være slektskap framfor vennskap. Denne problematikken er høyst aktuell også innad i bedriftene, hvor vennsksrelasjoner og kollegiale relasjoner både er gjenstand for individuell tolkning og er situasjonsavhengige.

Videre, i bolken "Ulike vennskskriterier - relasjonens verdibegreper" refererer jeg til Hruschka (2001) sitt ønske om å finne en metode for å måle abstrakte konsepter som går igjen i beskrivelser av vennskap, slik som nærhet, kjærlighet og tillit (2001: 16). Som med vennsksbegrepet selv, trekkes nemlig slike verdibegreper også gjerne fram som noe selvforklarende. Hvordan disse oppfattes og forstås kan dermed være en beskrivende faktor for vennsksrelasjonene. Dette er interessant da ulike sosialitetsformer vil skape ulike forståelser av både vennskap og dets verdibegreper. Et eksempel på dette er å finne i Smarts "Expressions of Interest: Friendship and guanxi in Chinese Societies" (1999), hvor en

⁵ Se Uhl (1991: 90) for flere teoretiske forslag på hva en vennsksrelasjon er.

sammenligning av nettverk viser at kinesere i gjennomsnitt omtalte 6,6 % av navngitte kjente som venner, kontra hele 67,8 % blant amerikanere. Det kom fram at kineserne i stor grad omtalte kolleger som kolleger, på samme tid som amerikanerne heller valgte å omtale kolleger som venner. Dette kan både vise til deres ulike forståelser av vennskapsbegrepet, men også til relasjonens innhold, hvor kineserne heller vektlegger Guanxi-nettverket og affektive relasjoner som eksisterer innad i dette (Smart 1999: 132). Dette eksempelet viser hvordan sosiale relasjoner ilegges ulik mening. Dette er blir dratt med videre til livsfaser, som på sin side kanskje er den viktigste årsaken til et individs skiftende vennebehov. Kjønn og alder trekkes her fram som medvirkende faktorer for å illustrere ulike vennsapsrelasjoners eksistens ved bedriftene. Et tydelig trekk i denne sammenheng er hvorledes de yngre i staben er langt mer åpne for sosial kontakt utenfor arbeidsplassen. Dette er også et aspekt ved utformingen av kollegiale relasjoner og sosiale arenaer. Som med vennsapsbegrepet generelt blir det tydelig at informanter også kategoriserer termer som kollega og jobbvenn på ulike måter. Et eksempel på dette er å finne blant lastebilsjåførene, hvor disse aktivt synes å unngå bruk av slike begrep. De foretrekker heller bruk av egennavn. Avslutningsvis vil erting og mobbing diskuteres, da slike sosiale prosesser kan sies å komme fram som et aspekt ved verdimestringshierarkier. I så måte kan mobbing i enkelte settinger nærmest betraktes som vennsaps motsats. Altså vil negative sosiale relasjoner også kunne påvirke den sosiale dimensjonen ved arbeidsplassene. Vil brudd på de uformelle kjerneverdiene føre til negative sanksjoner slik som mobbing?

Vennsaps definisjonsproblematikk

Det har vist seg å være vanskelig å komme med en god definisjon på vennsaps, nettopp fordi begrepet er svært vidt. På engelsk brukes for eksempel "friend" mer enn alle andre relasjonstermer (Hruschka 2010: 4). Dersom en tar utgangspunkt i personenes egne forståelsesrammer åpner det på den ene siden opp for en så snever vennsapsforståelse at enkelte kan hevde å ikke ha nære venner, eller venner generelt. På den andre siden finnes de som har en så bred begrepsforståelse at selv periferien i nettverket omtales som gode venner. Å forsøke å komme med en klar antropologisk definisjon er derfor svært vanskelig, da definisjonene enten synes for vage eller for spesifikke. Jeg vil nedenfor trekke fram henholdsvis Beer og Paines definisjoner, da disse synes å kunne beskrive en mer konkret vennsapsforståelse, uten å bli for snevre:

"... friendship is a type of "noninstitutionalized institution" distinguished from blood-brotherhood and fictive kinship - overlooking the fact that with a new stage in a life cycle, friendships may be transformed to other more institutionalized relationships like co-parenthood."

Beer 2001: 5806

"I mean that the basic "motive" or rather the affective meaning and value, of friendship is the *sense of worth* (Briggs, personal communication) it imparts to the person enjoying it. If I dared to spell this out further, I would say that what is "special" about the affective aspect of friendship is that the friend is someone who understand one, who can explain one to oneself; alternatively, a person is able to see himself in his friend.

Paine 1969: 507

Et viktig trekk ved Beers definisjon er beskrivelsen av vennskap som en ikke-institusjonalisert institusjon, med rom for transformasjon i takt med endring av livsfaser. På denne måten kan vennskap betraktes med gjerne uformelle og sosialt skapte rammer. Disse rammene er så med på å danne den felles forståelsen av begrepet. På samme måte kan Paines vektlegging av verdier ved beskrivelsen av en vennsksrelasjon vise til en felles enighet. Det problematiske er likevel at deres definisjoner kan favne svært vidt. Likevel, begge definisjoner synes å passe godt sammen med informanters egne framstillinger av vennsksrelasjoner. Et tydelig trekk med informantenes utgreiinger av vennskap er at disse ikke bare varierer, men også er situasjonelle. For disse er vennskap gjerne nært knyttet til fritid og det å gjøre fritidsaktiviteter sammen. I jobbsammenheng går denne relasjonen gjerne mer ut på å gjenskape noen av de vektlagte kjerneverdier, slik som hygge. Dette gjør vennskap til en heller motsetningsfylt relasjon i arbeidssammenheng. På grunn av dette har jeg valgt å vektlegge informanters egne tanker omkring vennskap. Ønsket er at disse kan fremme en bredere kunnskap hva angår forestillingen om vennsksrelasjoner, med utgangspunkt i to norske arbeidsplasser. I så henseende vil noen av de definisjoner som dukket opp under semistrukturerte samtaler om hva en venn er og hva et vennskap betyr her trekkes fram:

Ja, vennskap er jo det å dele noe med noen. Dele av livene sine kanskje? Dess mer vi deler, dess nærmere blir vi hverandre? Og så har jeg flere typer venner da. Det er ikke alle jeg deler like mye med. Det er kanskje viktig å få med? Nå er det sånn at den vennegjengen jeg hadde når jeg gikk på skole, er spredt over alle hauger og vi sees ikke så ofte. Men jeg holder kontakten med et par av de og da får jeg litt oppdateringer om de andre vet du. Og så prøver vi å møtes en til to ganger i året. I fjor dro vi på hytta til han ene. Tror alle kom hjem til "normalen" med et smil rundt munnen! Det må være definisjonen på et vennskap for meg.

Raymond, engrosvirksomhet

Jeg vil si at vennskap bygger på et felles syn på livet. I hvert fall at det er noen grunnleggende likheter mellom meg selv og vennene mine. Med det i bunn kan vi diskutere og være uenige om andre mindre viktige ting. Jeg har for eksempel en venn som stemmer helt motsatt av meg, men det går greit siden vi er så like når det kommer til andre ting.

David, engrosvirksomhet

Det kommer litt an på hvordan venn det er, jeg mener om det er en bestevenn eller "bare" en venn. Uansett, det er i alle fall en som du vet alltid er der for deg. Som du kan ha dype samtaler med, men som du også ikke trenger å si et ord til. Synes det er litt typisk for gode venner at selv om man ikke møtes hver dag, så går praten like lett og man begynner der man sluttet forrige gang man møttes. Og som man kan si ting til som man ikke vil si til andre da. Og så er det jo selvfølgelig en som du kan stole på.

Lisa, dyrebutikk

Et interessant trekk ved disse tre utbroderingene er hvordan de ikke bare beskriver en faktisk relasjon, men også trekker fram ideen om det perfekte vennskap. Dette tydeliggjøres gjennom beskrivelser av personlige kriterier og forventninger, så som å dele av livet sitt, ha et felles syn på livet og å ha en å stole på, altså i større grad et emosjonelt aspekt. På samme tid vises også her en klar definisjonsproblematikk. En måte å gripe fatt i vennsapsproblematikken er å trekke inn nettverksanalytikeren Fischer (Walker 1995). Han ønsket å fjerne alle tvetydigheter rundt begrepet ved rett og slett å definere vennskap som de personer en aktør selv omtaler som venner. I praksis blir denne tilnærmingen likevel lite gjennomførbare da de involverte

parter ikke nødvendigvis gjengjelder følelsen av vennskap. Et lignende forsøk ble gjennomført av Rubin (1985) hvor hun lot informanter skrive ned navnene på sine beste venner, for deretter å gå videre til disse, og la dem skrive ned navnene på sine beste venner. Utforskningen av de sosiale nettverkene viste at mange av hennes informanter slett ikke refererte til hverandre. Det finnes likevel flere fellestrekk blant alle forsøkene på å skape en anvendbar vennsapsdefinisjon. Blant de verdier som går igjen trekkes ønsket om at vennskap skal baseres på frivillighet og likeverd fram. I tillegg skal relasjonen ønskelig vare over lengre tid, og den skal være positiv. Videre ønskes relasjonen å ha en iboende tillit og kjærlighet.⁶

Vennsapsrelasjoner i teorien

En av de som tidlig fremmet en teori om vennskap, er Aristoteles. Han søkte aktivt å analysere ulike former for vennskap, hvilket resulterte i dannelsen av tre vennsapsformer: det genuine vennskap, nyttevennskap og hyggevennskap. Disse tre baseres på vennsapsrelasjoners tre ulike formål. Det genuine vennskap, eller "dydsvennskapet", betegnes som det ekte vennskapet, da relasjonen ikke vil opphøre dersom nytte eller hygge ikke lenger er tilstede. Denne reneste formen for vennskap kalte han så vennskap blant to gode venner, og omtaler formen i sin helhet som: "vennskapet er én sjel i to legemer" (Lange og Slagsvold 2003: 11). Slik fant han også en korrelasjon mellom vennskap og det gode liv. Forsøk på en slik vennsapskategorisering har siden blitt trukket fram flere ganger, også i antropologisk og sosiologisk sammenheng. Wolf har eksempelvis laget et skille mellom hva han beskriver som et instrumentelt vennskap og et emosjonelt vennskap (Paine 1969: 506). Problemet med en slik kategorisering er således at disse overgangene er heller flytende. Dette vises ved at vennsapsrelasjoner ofte kan sies å besitte både et instrumentelt og et emosjonelt aspekt. Denne måten å gripe fatt i grunnleggende vennsapsverdier og skille mellom ulike former for vennskap problematiseres ytterligere av Paine (1969). Han poengterer at begrepet "vennskap" i seg selv framstår diffust, og derfor bør reflekteres grundig over når det så blir benyttet. Hans andre poeng er hvorledes fagets tradisjonelle strukturelle analyse antagelig vil være uunnværlig ved forsøk på å sammenligne vennsapsrelasjonens nivåer av funksjon og natur med andre nærliggende mellommenneskelige relasjoner (1969: 505). For å fremme en oversiktlig analyse av vennskap, vil Paines (1969: 506) tre innledende spørsmål trekkes fram

⁶ For en større utgreiing om ulike vennsapsverdier, se Hruschka (2010).

nedenfor: hva menes med vennskap (for antropologen og informanten)? Hva er vennskapets innhold? Hvem er venner?

Hva menes med vennskap?

Paine viser til at spørsmålet ofte kan se ut til å miste sin betydning allerede innledningsvis nettopp på grunn av vennskapsbegrepets uklare framtoning. Likevel fremmes en rekke forventninger om hva en vennsapsrelasjon bør inneholde. Dette inkluderer særlig enkelte nærmest universelle menneskelige behov, slik som affeksjon (1969: 506). Disse behovene dekkes så i vårt vestlige samfunn altså med god hjelp av blant annet vennsapsrelasjoner. Dette trenger likevel ikke være tilfellet i andre deler av verden. Ved spørsmål om vennsapsrelasjonens universelle status, blir det viktig å påpeke at vennsapsrelasjoner også kan variere i innhold og mening, ut i fra hvilken kontekst de befinner seg i. Videre er også kjønn, alder, geografisk tilhørighet og sosial status viktige faktorer som kan være beskrivende for en gitt vennsapsrelasjon. Dette synes godt i Sarah Uhl (1991) sin etnografi blant kvinner i Andalusia, hvor vennskap for disse står fram med et klart janusansikt. På den ene siden er vennskap å regne som en selvfølgelighet, på den andre siden er relasjonen skjult og forkledd i termer av naboskap eller familierelasjoner (Uhl 1991). Kvinnenes vennskap blir i praksis knyttet til arbeid, i motsetning til det mannlige vennskapet som finner sted i den offentlige sfære. Dette vennskapet gir økt status og omtales eksplisitt i nettopp vennsapsstermer (Uhl 1991). Denne framstillingen av vennsapsrelasjoner skiller seg igjen fra Walkers (1995) beskrivelser av den amerikanske middelklassens forståelse av vennskap. Her blir særlig det å dele fritiden med hverandre gjennom rekreasjonelle gjøremål vektlagt (Walker 1995). At vennsapsrelasjoner ilegges ulike verdier og forstås på ulike måter blir synlig også ved eget empirisk materiale. Dette viser, som Paine konstaterer, at vennskap således bør sees som en dimensjon av de totale mellommenneskelige forhold. Med andre ord bør vennskap betraktes som tilhørende i en større sosial helhet, og ikke som en løsrevet del.

Hva er vennskapets innhold?

Det er enkelte verdier som stadig trekkes fram ved beskrivelser av vennskap og dets innhold. Hruschka (2010) viser blant annet til verdier og kvaliteter som varme, nærhet, kjærlighet, tillit og engasjement. Paine viser til viktigheten av at relasjonen er preget av frivillighet (1969). I

Walkers studie av arbeider- og middelklassen i USA gikk beskrivelser som "being there" og "someone you can talk to" igjen (1995: 274). Disse beskrivelsene gir et bilde av en relasjon, som nærmest er en direkte motsats til andre sosiale relasjoner bestående av motstridende rollesett. Leach viser hvordan vertikale rollesett slik som lege og pasient, eller sjef og ansatt, er en motsetning til horisontale rollesett som venn og venn (Paine 1969: 507). Et horisontalt bånd kan i seg selv være beskrivende for forståelsen av vennskapets innhold. For Paine gjelder dette særlig relasjonens affektive natur (1969: 507). Vennskapets innhold kan på så måte kunne betraktes i lys av relasjonens forventede innhold, slik som for eksempel krav om intimitet, frivillighet, investering av tid og eksklusivitet. Det blir også tydelig at et trekk ved relasjonen er at den er vanskelig å analysere utenfra, da relasjonens meningsinnhold sjeldent vil avdekkes fullt og helt.

Hvem er venner?

Gjennom mange antropologiske arbeider har slektskap blitt tillagt stor viktighet og har på sett og vis også fungert som en analytisk avgrensning.⁷ I studiet av slektskap kommer en rekke ulike affektive relasjoner til syne, med et innhold ikke ulikt de vennskapsverdier og kvaliteter nevnt ovenfor. Dette illustrerer hvordan verdier som forbindes med vennskap kan realiseres i slektskapsrelasjoner. Paine (1969) utfordrer dette distinkte antropologiske fokuset på slektskap, ved å stille seg undrende til hvorvidt utformingen av analysen av vennskap heller blir tilskrevet andre rollesett, så som slekt. Framfor å skape et forenklet bilde av slekt versus vennskap, fremmer han heller et bilde av slekt og vennskap. Som Walker spør: kan ikke en bror også være en venn? (Walker 1995: 274). Dette blir tydeliggjort ved å vise til de likheter som eksisterer blant dagligdagse handlinger, samt den kommunikasjon som foregår mellom nær familie og nære venner (Hruschka 2010: 6). Dette åpner opp for en langt bredere oppfattelse av vennerelasjonenes utbredelse. Foruten slektskap, finnes det mange sosiale dimensjoner hvor affektive relasjoner kommer til overflaten. For eksempel gjennom dagligdagse møter med naboer, kolleger, venners venner og tidligere studiekamerater. Det finnes altså ulike vennskapskonsepter innenfor et og samme samfunn, som igjen kommer til uttrykk ved ulike settinger (Beer 2001: 5806). Denne åpne forståelsen av hvem som betraktes som venner, passer godt sammen med Walkers framleggelse av vennskap som en frivillig

⁷ Se Holy (1996) for mer om antropologiske perspektiver på slektskap.

relasjon, basert på likhet (1995: 274). Hvem som innlemmes i en venns­kapsrelasjon kan derfor i stor grad baseres på individets egen forståelse av konseptet.

Ulike venns­kapskriterier - relasjonens verdibegreper

Ovenfor har vennskapets betydning og verdier blitt analysert gjennom velkjente antropologiske venns­kapsarbeider. Disse danner så et grunnlag når eget materiale skal trekkes inn. Hruschka (2010) skriver:

"To identify friendship in the real world, and, more important, across different cultures, it will be necessary to examine how we might measure such abstract concepts as closeness, love, and trust, and how we might determine if friends are helping regardless of past behavior or future consequences." (Hruschka 2010: 16)

I sin søken etter en dekkende venns­kapsdefinisjon fremmer Hruschka her et forslag om å også analysere de abstrakte konsepter som går igjen ved beskrivelsen av venns­kapsrelasjoner (2001: 16). Som med venns­kapsbegrepet, forstås også disse verdiene som diffuse og vage. Hans idé er at disse kan være med på å gi et virkelighetsnært og mer beskrivende bilde av relasjonen. Derfor vil de verdier som hyppig har blitt trukket fram nedenfor utbroderes videre. Det være seg verdier som nærhet, kjærlighet, frivillighet, likhet og resiprositet. Disse vil så knyttes sammen med eget empirisk materiale. I tillegg vil Bruun, Jakobsen og Krøijers verdimestringshierarki (2011) avslutningsvis trekkes inn. Dette åpner for en mulighet for å betrakte forhandlingen mellom kolleger i lys av de verdier som blir lagt til grunn på den uformelle sosiale arenaen. På samme tid kan verdimestringshierarkier eksistere innad i venns­kapsrelasjoner, da disse viser til ulike måter å håndtere gitte sosialiteter på.

Nærhet framstår som en av de mest synlige verdier ved analysen av venns­kapsrelasjoner ved begge arbeidsplasser. Nærhet kan således betraktes som et særlig deskriptivt trekk ved sosiale relasjoner, for eksempel gjennom å se nærhet i form av romlighet. Hruschka viser hvordan nærhet kommer til uttrykk ved hjelp av romlige metaforer, for å uttrykke kvaliteten ved en venns­kapsrelasjon (2010: 30). Eksempler på slike metaforer er "å gli fra hverandre", "nære

venner", eller engelske "we're like two peas in a pod". På denne måten kan nær kontra fjern, vise til en måte å omtale vennskapelige nyanser i termer av romlighet (ibid. 2010: 30). Denne måten å omtale sosiale relasjoner er i bruk ved begge arbeidsplasser, eksempelvis gjennom bruk av jobbvenner og kolleger (viser til en begrenset, og ikke minst avgrenset, sosial arena) kontra nære venner og vennegjengen (finder sted på flere sosiale arenaer). Hvordan en aktør velger å omtale en sosial relasjon i termer av nærhet, kan dermed gi en viktig pekepinn for relasjonens viktighet (ibid. 2010: 34). Sammen med nærhet dukker også verdier som intimitet, kjærlighet og frivillighet fram. Særlig frivillighet synes å stå fram som et beskrivende kvalitetstrekk ved de sosiale relasjonene på arbeidsplassen. Denne verdien viser hvorvidt to kolleger *velger* å tilbringe tid sammen på den uformelle sosiale arenaen. På samme måte kan vennsksrelasjonen også avvikles om ønskelig. Frivillighet er på flere måter en interessant verdi når sosiale og affektive relasjoner studeres på en arbeidsplass. Dette fordi frivillighetsaspektet kan være utfordrende å håndtere i en strukturell fastlagt setting. Håndteringen av grenser mellom den formelle og den uformelle arenaen kan her være utfordrende, da ulike kolleger til en viss grad også har ulike grensesettinger.

Når en vennsksrelasjon formes på arbeidsplassen skal det altså være frivillig. Begge parter har valgt å satse på den andre. Slik kan "nære vennskap" komme til uttrykk også i en institusjonalisert setting. På denne måten kan vennsksrelasjoner heves over den formaliserte arbeidskonteksten og åpne for en personlig og "eksklusiv" arena på arbeidsplassen. Her kan også likhet trekkes fram, da denne som verdi kan synes å spille en viktig rolle ved dannelsen av sosiale relasjoner, slik som vennskap. For majoriteten av informantene fremstår sosial likhet som et essensielt element i en vennsksrelasjon, særlig i oppstartsfasen. Likhet synes i tillegg å bli ilagt stor viktighet ved arbeidsplassens uformelle sosiale arena.

Til sist vil resiprositet trekkes fram som en verdi. Denne kan i en arbeidssetting vise til mer eller mindre formelle krav på den sosiale arena. Således kan den kunne vise til et løselig formet skille mellom kolleger og venner. Dette skillet ble tydelig blant informanter i dyrebutikken, hvor kolleger uten sterke vennsksbånd i større grad formet en slags "tit for tat-relasjon". Dette sammenfaller med Mauss' poeng om rivalisering gjennom gaver (1995: 17). I praksis viste dette seg som en jevn flyt av tjenester, oftest vedrørende mat, arbeidsoppgaver og bytte av jobbvakter. Når denne "tit for tat-relasjonen" så brytes, og en

tjeneste ikke gjengjeldes, kan det i verste fall oppfattes som et direkte brudd på de sosiale normative forventninger på arbeidsplassen. Et eksempel på et slikt brudd er å finne blant Anne Mette og Lisen i dyrebutikken. Lisen jobber fulltid, men ønsket fri flere helger. Hun spurte da alle tilgjengelige kolleger om å ta over vaktene hennes, men få var interessert. Til slutt lot Anne Mette seg overtale under den forutsetning at Lisen på et senere tidspunkt ville dekke hennes helgevakter om det var behov for det. Da Anne Mette senere skulle få familiebesøk og ønsket at Lisen tok lørdagsvaktene hennes, avslo Lisen blankt. Denne hendelsen gjorde at Anne Mette og flere kolleger ikke lenger vurderer Lisens forespørsler over hode. Lisen ble etter denne hendelsen av flere oppfattet som lite medgjørlig, nærmest egoistisk. Disse normene kan følgelig framgå nærmest som et sosialt press, hvor handlinger utføres for å ikke bryte med kollegers og venners forventninger. Dette eksemplet illustrerer hvordan resiproke handlinger og normative forventninger også kan være organiserende, selv på en tilsynelatende uformell sosial arena.

Mauss' gaveperspektiv trekker fram tre sider ved resiprositet, som kan tydeliggjøres også på en arbeidsplass. Disse er: å gi fordi man har mottatt, for å balansere en relasjon og for å gi med tanke på senere motytelser (Hruschka 2010: 64). Disse synes å være beskrivende for den sosiale samhandlingen på begge arbeidsplasser. De tre sidene ved gavebytter kan synes å være delvis strukturerende ved enkelte arbeidsrelasjoner. Dette gaveperspektivet kan være med å vise et sosialt konstruert skille mellom kolleger og venner. Dette fordi det resiproke forholdet mellom venner skiller seg ut fra det beskrevne gaveperspektivet, samt utformingen av en "tit for tat-relasjon". Det viser seg at nære venner ikke er like opptatt av å gi tilbake (ibid. 2010: 22). Årsaken til dette kan være at det regnes som en selvfølge at tjenester og gaver vil jevnes ut på lang sikt. Dette blir tydelig når de bortgjemte områdene ved kassaområdet i dyrebutikken undersøkes. Her ligger godteri, særlig pastiller og tyggegummi, og drikke gjemt i skuffer, bak utstillinger, på benker og i skaper. Disse matvarene er å betrakte nærmest som et felleseie, da det er en uskreven regel om at det som blir lagt i dette området er "fritt vilt". Det interessante ved dette "felleseiet" er at de i vennegjengen forsyner seg som de selv vil, samtidig som de utenfor denne grupperingen er tydelig opptatt av å legge tilbake tilsvarende verdi. Samtidig synes også en del av de resiproke tjenester på arbeidsarenaen å gå over i fritiden blant venneforholdene. Det være seg ved en form for "tjenestebytter", eksempelvis hvor en aktør utfører lite populært forefallende arbeid og påfølgende helg blir påspandert en øl. I tillegg kan denne navigeringen av grenser mellom fritid og jobb på den sosiale arenaen

også vise til egen investering i relasjonen. For eksempel ved å bringe en hjemmelaget kake til en kollegas bursdag.

Verdiene nærhet, frivillighet og resiprositet har her blitt presentert i henhold til Hruschkas (2010) forsøk på å avgjøre hvorvidt vennerelasjoner påvirkes av blant annet resiproke forventninger. Empirisk viser det seg at vennerelasjoner besitter deler av Mauss' gaveperspektiv, men det kan se ut til at tidsaspektet gir et langt større slingringsmonn (Hruschka 2010: 64). I tillegg blir det tydelig at disse verdiene blir verdsatt på den sosiale arenaen og dermed kan skildres i lys av et verdimestringshierarki. Bruun, Jakobsen og Krøijer (2011) påpeker at på tross av Norges egalitære framtoning, vil egalitet og hierarki alltid eksistere sammen i et og samme samfunn (2011: 10). På en uformell sosial arena hvor likhet synes å vektlegges, kan likevel et fokus på verdimestringshierarkier bidra til rikere empiriske skildringer. Ved disse arbeidsplassene kan verdimestringshierarkier nærmest synes å ha en organiserende struktur. Dette fordi de verdier som her har blitt beskrevet danner hierarkiske strukturer bygget opp omkring aktørers evne til å mestre en gitt kjerneverdi. I eksemplet med Lisen og Anne Mette, kom Lisen til kort da hun ikke forstod viktigheten av å gjengjelde tjenester fullt ut. Lisen havnet dermed i bunnsjiktet av det resiproke verdimestringshierarkiet. Like fullt er det gjennom slike verdier at sosiale relasjoner blir gitt en videre mening.

Denne måten å fremme de aktuelle verdibegreper i tilknytning til vennsapsrelasjonen kan bidra til en mer nyansert forståelse av begrepet. Det er gjennom slike verdier at relasjonen manifesterer seg og blir gitt en videre mening. Når informantens vennsapsdefinisjoner ovenfor ble lagt fram, ble disse tydeliggjort gjennom de verdier som ble vektlagt. Slik jeg selv fortolker definisjonene vil kjerneverdier være likhet, tilhørighet, tillit, samt det å kunne dele (både av seg selv og innenfor de resiproke rammer). Altså verdier som også går igjen ved virksomhetenes uformelle sosiale normsetting.

Ulike aspekter ved beskrivelsen av vennskap

- kjønn, alder og skiftende vennebehov

Både i dyrebutikken og ved engrosvirksomheten kan flere aspekter trekkes inn for å beskrive eksisterende vennsksrelasjoner. Aller enklest er det å først vise til en sosial kategorisering. Dette kan ibefatte alt fra kjønn, alder, utdannelse, jobbansiennitet, sivilstatus, religiøs overbevisning, seksuell legning, til bosted. Ved disse bedriftene er kjønn en interessant kategorisering, da sammensetningen ved arbeidsplassene er motsatt. I engrosvirksomheten gjør det store flertallet av menn på arbeidsplassen det nærliggende å tro at det råder et stort kameradi på arbeidsplassen. Disse sammekjønnrelasjonene preges ved denne virksomheten av en del "sleivspark". Med sleivspark menes ertende kommentarer rettet mot utførelsen av en arbeidsoppgave - eller andre sider ved en persons opptreden. Slike kommentarer er spesielt utbredt blant de yngre og er ofte sarkastiske og/eller ironiske. Av krysskjønnsrelasjoner synes det generelt å være slik at kvinnene er en del av "gutta". Den lille gruppen med kvinner innlemmes i stor grad i humoren, hvor de også selv deltar aktivt. I grove trekk kan disse sleivsparkene og ertingen vise til en røffere sosialitet ved engrosvirksomheten enn i dyrebutikken. I sistnevnte kommer vennsksrelasjoner til syne på en annen måte, vanligst ved at det samtales om private sider av livet utenfor arbeidsplassen, i tillegg til at det hyppig dras fram felles delte opplevelser. Et annet aspekt ved dyrebutikkens sosiale arena er dannelsen av "midlertidige tilfluktsteder" gjennom småpauser (Linnet 2011: 22). I disse gjerne spontane pausene nytes eksempelvis mat, godterier og kaffe, som deles blant kollegene. Hygge framstår i dyrebutikken som en langt høyere verdi enn ved engrosbedriften. Et fellestrekk mellom de to bedriftene er den langt mer fleipete tonen blant de mannlige kollegene. Vel og merke trekkes denne humorformen også inn i krysskjønnsrelasjonene i dyrebutikken, hvor disse synes å bli gitt stor viktighet. En årsak til dette kan være at disse relasjonene eksisterer i den største sosiale gruppen, vennegjengen, hvor alle de mannlige kollegene er inkludert.

En annen sosial kategorisering som er aktuell når de sosiale relasjoner på arbeidsplassen skal analyseres er alder. Ved begge arbeidsplasser ser det ut til at vennsksbånd som strekker seg utover i fritiden hyppigst dannes blant den yngre garde. Disse er i omtrentlig samme aldersgruppe og synes å ha en lavere terskel for å spørre kolleger om å møtes utenfor

arbeidsplassens formelle rammer. I engrosbedriften åpenbarer dette seg ved at de nyansatte i tjueårene raskt inkluderes i fellesskapet blant de på samme alder. En innfallsvinkel når alder og sosiale relasjoner skal studeres er å tittle på livsfaser. Dette viser seg som et betydningsfullt aspekt ved de sosiale relasjonene på arbeidsplassen. Hvilken livsfase man befinner seg i, har mye å si for hvordan vennskap utfoldes.⁸ Innad i disse fasene kan vennebehov altså være sterkt varierende. Dette synliggjøres gjennom hvor ulike vennebehov den deltidsansatte studenten har i forhold til den deltidsansatte alenemoren til to, eller til den fulltidsansatte morfaren. I dyrebutikken vises dette ved at den sosiale gruppen, vennegjengen, sammen arrangerer fester, kinobesøk og går ut på byen sammen.

Medfaktorer slik som kjønn og alder kan knyttes inn for å gi et detaljert bilde av sosiale relasjoner på arbeidsplassen. Disse er med på å gi en pekepinn med hensyn til kollegers livsfaser og ulike vennebehov. En nyttig innfallsvinkel for å se nærmere på ulike faktorer og aspekt ved en vennsrelasjon er å trekke fram elementer ved Jenkins teori vedrørende sosial identitet (1996). Kort lagt fram blir identitetsprosesser her forklart i lys av individuell og kollektiv identitet. Sammen viser disse til den sosiale prosess hvor en identitet skapes, da de begge tar for seg etableringen av likheter og forskjeller. Således understreker individuell identitet forskjeller, mens kollektiv identitet vektlegger likhet (1996: 19). Dette viser til den kontinuerlige prosessen av selvtilskrivning og tilskrivning når det kommer til sosial identitet. Som prosess vises den stadige forhandlingen til en aktørs bilde av seg selv, så vel som andres bilde av aktøren. Empirisk kan Jenkins bruk av kollektiv identitet knyttes til en gruppe kvinner i dyrebutikken. Dette fordi kvinnene identifiserer seg med hverandre gjennom dannelsen av et fellesskap (Jenkins 1996: 19). Dette skaper et markant skille mellom "oss" og "de andre". Fysisk manifesterer dette seg som påfallende likheter mellom kvinnene. Et eksempel på dette er at fire av kvinnene har så og si lik hårfrisyrer - lyst skulderlangt hår og pannelugg. I tillegg synes de også å være ikledd påfallende like klesplagg, skotøy og andre "accessoarer". Videre oppdaget jeg at de alle fire også hadde tatoveringer, hvorav tre av disse var med dyremotiv. Slik disse vennene framstår, identifiserer de seg med hverandre, og kan således kalles en sosial gruppe i Jenkins' termer (1996: 23).

⁸ For mer om sammenhengen mellom vennsrelasjoner og livsfaser se psykolog Reeve (2009).

Etter hvert som jeg ble mer kjent med de fire kvinnene i dyrebutikken ble det klart at disse også var de nærmeste vennene på arbeidsplassen. I tillegg var de alle medlemmer av den indre kjernen i den større vennegjengen. Som vennegjeng kan disse informantene skape et bilde av et konkret fellesskap, hvor et skille mellom de inkluderte og de ekskluderte så oppteignes. I en butikksetting er nok det oppteignede skillet mellom ansatte og kunder det mest åpenbare. Likevel, skillelinjer mellom den tett knyttede indre kjernen i vennegjengen og de i periferien av denne ble vel så åpenbare. Dette kom til uttrykk blant annet gjennom bruk av en heller intern og tidvis ekskluderende form for humor. Et viktig poeng med framleggelsen av Jenkins, er å vise hvorledes det individuelle og det kollektive møtes og forhandles (1996: 19). Forhandlingen mellom personlige og kollektive identiteter kan videre knyttes til det psykolog Reeve omtaler som selektiv interaksjon, hvor venner plukkes ut i fra et sett med kriterier for å verifisere og opprettholde eget syn på seg selv (2009: 270). Slike kriterier gjenspeiler synet en aktør har, eller ønsker å ha om seg selv. På denne måten søkes interaksjon av aktører som vet hvilke forventninger som er realistiske å kreve av en partner (ibid. 2009: 273). Denne framstillingen kaster således et nytt lys over Paines (1969) korte vennskspsdefinisjon "a person is able to see himself in his friend" (1969: 507).

Kollega, jobbvenn eller venn?

Utformingen av kollegiale relasjoner

"Friends motivate us; people with friends at work are more willing to exert effort for their company" (Hruschka 2010: 218).

Når en kollegial relasjon av ulike affektiv og emosjonell verdi skal utbroderes vil Paines (1969) bruk av dikotomier som personlig:gruppe og privat:offentlig anvendes. Dette for å problematisere vennskspsrelasjonens forståelsesrammer og i hvilken grad denne kan kaste lys over forhandlingen av sosiale roller på arbeidsplassen. Vennskspsrelasjoner blir i stor grad beskrevet som en personlig og privat relasjon, hvilket kan kontrasteres med grupperelasjoner og offentlighet (ibid. 1969: 513). I dyrebutikken hvor det er få ansatte på jobb av gangen legges det i stor grad til rette for dannelsen av personlige relasjoner, da disse kan ta plass i en

tidvis nokså privat setting. Det blir i denne arbeidskonteksten tydelig at den personlige og private relasjonen mellom ansatte kjennetegnes av eksklusivitet. Dette skaper eksempelvis et markant skille mellom kunder og ansatte. Likeledes kan skiller mellom ansatte opptegnes. Dette vises enkelt gjennom en formelt strukturert arbeidsorganisering: hvem jobber sammen? Men også uformelt: hvem er venner på arbeidsplassen? Selv om disse to spørsmålene kan sies å vise til to ulike sosiale felt, evner de likevel å påvirke hverandre (for eksempel ved at venner bytter jobbvakter). Dette er med på å avdekke hvordan de sosiale relasjoner på arbeidsplassen er til stadig forhandling.

For å kartlegge utbredelsen av vennebegrepet er Boissevains (1979) nettverksanalyse aktuell. En slik analytisk tilnærming ble tidlig trukket inn i felten, for å være med å kartlegge den uformelle sosiale arenaen. Dette vil gjøres ved hjelp av informanternes egne termer på relasjoner som finner sted på den uformelle sosiale arena. Disse termene er: "vennegjeng", "gjenger" eller "klikker", deres "utstikkere", samt "de sosiale overlapperne" eller enkeltpersoner som fungerer som "sosiale kameleoner". I dyrebutikken ble det allerede i oppstarten av feltarbeidet svært tydelig at det var en større gruppering av kolleger, som tilbrakte mye tid sammen sosialt - både i og utenfor arbeidsplassen. Den sosiale gruppen kjennetegnes ved at de involverte er mellom 22 og 35 år, de fleste er single og barnløse, og gruppen består av både kvinner og menn. Faktisk er alle butikkens menn inkorporert i denne sosiale grupperingen. Kjønnfordelingen i gruppen er derfor noenlunde lik. Sammen møtes de også på fritiden, oftest i helgene. På arbeidsplassen synes denne grupperingen å formes naturlig, da dens medlemmer er blant de som tilbringer mest tid sammen i arbeidslokalet. Blant de inkluderte deltidsansatte synes personlige egenskaper, så som utadvendthet, humor og åpenhet å gå igjen.

Ved å ta utgangspunkt i den sosiale grupperingen i butikken, kommer "avstikkerne" til syne. Disse benytter vennebegrepet både innenfor og utenfor den godt synlige sosiale gruppen. Typisk for de sosiale avstikkerne er at de ikke inkluderes i den indre kjernen i vennegjengen. Dette står i kontrast til "de sosiale overlapperne", som både kan være fullverdige medlemmer i den sosiale hovedgruppen, men også ser ut til å betrakte andre kolleger som nære venner. Sammen viser vennegjengen, venneavstikkerne og de sosiale overlapperne hvordan kolleger selv kategoriserer sosiale relasjoner på arbeidsplassen. Denne kategoriseringen kan påvirke

kollegers oppfatning av den sosiale arena, ved at den for eksempel viser til en inklusjonsform. Inklusjons- og eksklusjonsprosesser kan betraktes som et aspekt ved utformingen av kollegiale relasjoner. Dette fordi relasjoner som også innehar en større affektiv verdi gjerne også viser til en emosjonell investering. Denne investeringen vitner gjerne om en heller privat og eksklusiv dimensjon ved relasjonen. Blant slike personlige relasjoner ilegges det gjerne en privat dimensjon, hvilket har til hensikt å beskytte relasjonens eksklusivitet. Gjennom nettverksanalysen ble det klart at informanter i den indre kjernen i større grad omtalte hverandre som venner, enn kolleger utenfor. Samtidig ble vennebegrepet i praksis hyppig brukt situasjonelt, avhengig av hvem som var tilstede. Eksempelvis ble termen venn lite benyttet når det var flere ansatte til stede, andre termer dukket da opp, eksempelvis jobbvenner - et begrep som dukket opp ved begge bedrifter. Dette ble lagt fram som et nærmest selvforklarende begrep, hvor nyansene mellom kollegialt vennskap og det "ekte" framstod heller marginale. En utgreiing av begrepet lyder som følger:

Først og fremst så betyr venner veldig masse for meg. Så jeg tror det er naturlig at jeg har venner der hvor jeg tilbringer tiden min. På (navnet på dyrebutikken) har jeg for eksempel mange venner og de gjør jo at jeg trives mye bedre. Hadde jeg ikke hatt jobbvennene mine der tror jeg fort jeg hadde kjent på følelsen av å kjede meg, for å si det sånn. Jobbvennene mine er de på jobb som jeg går best overens med... De som jeg prater mest med og kan dra en spøk med.

Morten, dyrebutikk

Dette utsagnet viser hvordan vennskap synes å ha en positiv påvirkning for Mortens opplevelse av arbeidet. Videre vises det at hvorvidt en kollega innlemmes i en løst formet arbeidsbetinget vennsrollsrolle, eller om den vennskapelige relasjonen også bringes inn i andre sosiale arenaer, ser ut til å være sterkt individuelt. Det som likevel er tydelig er hvordan jobbvenner dras fram som en mer privat relasjon, enn hva kolleger gjør. Samtidig oppfattes jobbvennskap som hovedsakelig situasjonelt betinget. Dette kommer til uttrykk ved at relasjonene ilegges stor viktighet på arbeidsplassen, men mindre utenfor disse rammene. Jobbvennskapene kan følgelig sies å ikke nå helt til topps hva angår den totale sosiale arena. Et unntak er den sosiale gruppen i dyrebutikken, hvor jobbvennene er blitt inkorporert i vennearenaen utenfor arbeidsplassen. Disse har som sådan utvidet eget sosialt nettverk gjennom en rekke felles venner. Det være seg tidligere kolleger, studiekamerater og venners

venner. Det vil være enkelt å betrakte disse som venner heller enn jobbvenner, men selv har de en klar distinksjon.

Måten jobbvenner og venner blir trukket fram som noe selvforklarende, så vel som situasjonsavhengig, gjør det vanskelig å vise til absolutter. Ved å trekke inn Walkers (1995) skille mellom arbeiderklassevennskap og middelklassevennskap, vil en ny dimensjon ved de sosiale relasjonene på de to arbeidsplassene presenteres. Vennskap slik det blir beskrevet blant informantene i dyrebutikken, sammenfaller på mange måter med beskrivelsen av det typiske middelklassevennskapet. Dette er heller ikke overraskende, da mange av de antropologiske vennskapsstudier bygger på det typisk vestlige middelklassevennskapet, som ofte blir skildret som det ideelle og mest ekteføyte vennskapet (Hruschka 2010: 46). Et kjennetegn ved dette middelklassevennskapet er vektleggelsen av rekreasjon og opplevelser. Dette gjenspeiles i sosiale aktiviteter som teater, restaurantbesøk og konserter, men det kan også være sportslige aktiviteter, eller en felles helgetur. Kort og godt, slik den sosiale gruppen i dyrebutikken, og den mindre grupperingen ved engrosvirksomheten opererer. Dette sammenfaller også ved at kolleger som er godt likt, dras med inn i andre sosiale kontekster (Allan 1996: 87). Empirisk kommer dette i dyrebutikken til syne gjennom fokuset på rekreasjonelle og sosiale samlinger. På arbeidsarenaen vektlegges "en pust i bakken", hvor en hyggelig ramme settes rundt planleggingen av en sosial sammenkomst. Likeledes brukes også slike småpauser til å mimre om tidligere delte sosiale opplevelser.

Det viser seg at det typiske middelklassevennskapet bedre kommer til uttrykk i en butikksetting, hvor en sosial arena gir seg sterkere til kjenne (som ved hyppigere småpauser og rom for private samtaler når to kolleger er alene i butikken). Dette står delvis i kontrast til det mer effektivitetspressede arbeidet i engrosbedriftens lageravdeling. Paralleller kan her trekkes til arbeiderklassevennskapet, som står fram som en heller nytteorientert relasjon. Her vektlegges i større grad resiprositet og aktiv tjenestebyttning. Det være seg praktiske bytter av utstyr til arbeidet, slik som for eksempel penner, tusjer og kniver. En av årsakene til at middelklassevennskap i mindre grad lar seg bygge opp i en slik setting kan være grunnet arbeidets høye tempo og effektivitetspress. Dette presset er antagelig medvirkende for et langt større konkurransepreget arbeidsmiljø enn det som finnes i dyrebutikken. I tillegg er det en tydelig tendens at relasjonen hovedsakelig finner sted på ett enkelt sted. Den dras altså ikke

over i andre sosiale arenaer utenfor arbeidsplassen. Dette synes å være et poeng ved de kollegiale relasjonene på begge arbeidsplasser. Dette vitner om et skapt skille mellom jobbvenner og venner. I praksis kan jobbvenner på sett og vis sies å være det midt i mellom kolleger og venner.

En metode for å manøvrere seg fram mellom sosiale distinksjoner som kolleger, jobbvenner og venner er å finne blant engrosvirksomhetens lastebilsjåførere. Her omtales også kolleger som "venner på jobb", men dette er mest beskrivende for kolleger som har jobbet sammen i flere år. Nyere ansatte omtales helst med egennavn. Denne bruken av egennavn kan se ut til å være en fungerende metode for å ikke måtte ta stilling til den relasjonelle status. Fraværet av relasjonelle termer kan både markere avstand, men like så nyttes det for enkelthetens skyld. En parallell kan her trekkes til kapittel to og beskrivelsen av hvordan likhet framheves ved å underminere ulike former for hierarkisering. Kanskje fungerer bruken av egennavn som en praktisk metode for å vise at alle i den uformelle sosiale arenaen er likeverdige. Dette forsøkte jeg å gripe fatt i da jeg fulgte med lastebilsjåfør Børre på sin sentrumsrute. Da han fortalte om jobbsamhold og snakket varmt om noen av sine kolleger, spurte jeg om disse tre som ble nevnt var hans beste venner på arbeidsplassen. Børre reflekterte litt omkring dette, men måtte til slutt medgi at de nok var de beste vennene hans. Videre trakk han fram en nylig pensjonert sjåfør som en særs god venn. Sammen hadde de arbeidet side om side i mange år og hadde en sterk følelse av samhold. Når det så kom til mitt direkte spørsmål, svarte han at han aldri hadde pleid å omtale kollegene sine som venner, eller jobbvenner. Det betydde likevel ikke at de ikke var det, for etter å ha jobbet sammen i mange år kjente de godt til hverandre. Derfor synes det interessant at Børre nå for første gang hadde mottatt besøk hjemme av den pensjonerte sjåføren og at de nå omtalte hverandre som venner. Det virket nærmest som om Børre unngikk å bruke vennebegrepet for å slippe å forholde seg til de forventninger det knyttes sammen med, i jobbsammenheng. Ved å utelukkende benytte egennavn unngår Børre å gripe fatt i det differensierende ved relasjonelle kategorier mellom sine kolleger. I så måte vektlegges et likhetsideal innad i det kollegiale samholdet, selv i en mer konkurransepreget arbeidssosialitet.

Ovenfor har i all hovedsak vennsrelasjoner og jobbvenner blitt trukket fram mellom to likeverdige kolleger. Dette er også majoriteten av jobbrelasjonene ved begge bedrifter.

Likevel vil også relasjonene mellom daglig leder/butikksjef og ansatt belyses ytterligere. Dette gjøres med utgangspunkt i forholdet mellom horisontale og vertikale relasjoner. Disse kan uttrykke ulike relasjoner, som patron-klient forhold, bekjentskap, partnerskap, naboskap og gruppevennskap (Paine 1969). Ytterligere kan både horisontale og vertikale rollesett kunne inkludere en vennerelasjon (ibid. 1969: 515). Dette blir spesielt tydelig i horisontale relasjoner, hvor de inkluderte framstår som likeverdige - hvilket i stor grad sammenfaller med de nevnte vennskapsverdier. I motsatt retning står altså en vertikal relasjon, eller et "ovenfra og ned-forhold", som det mellom patron og klient fram. Disse finner hyppigere sted i den offentlige sfære, hvilket i seg selv kan betraktes som et kjennetegn. Formelt eksisterer det en viss asymmetri mellom daglig leder/butikksjef og ansatt, som med et patron-klient forhold. Den organisatoriske oppbygningen ved begge arbeidsplasser viser formelt til denne, men dras i noen grad også inn på den uformelle arena. Dette viser seg å være svært forskjellig ved de to bedriftene. Ved engrosvirksomheten, hvor Lars er disponent, synes han på tross av påfallende oppgaveorientering også å prioritere og å delta på den uformelle sosiale arena. Dette gjør han eksempelvis gjennom aktiv bruk av humor. Det ser således ut til å være viktig å sidestille seg selv med ansatte ved å dele av seg selv og å vise interesse for ansattes personlige liv. Denne samhandlingsmetoden synes å gi Lars verdifull kunnskap om sine kolleger og ansatte. Dette står i kontrast til butikksjefen Fredriks samhandling. Han trekker på tross av den generelt mer uformelle arbeidssfæren, i større grad fram forskjeller mellom seg selv og sine ansatte. Dette har også vært emne til frustrasjon for de ansatte, som mener han aktivt forsøker å heve seg over disse. En markant forskjell blant de to lederne kommer til syne. Lars har på sin side en tydeligere formell lederrolle, preget av blant annet andre arbeidsoppgaver enn majoriteten av sine ansatte. Han forsøker i stor grad å nedtone sin autoritære rolle i møte med ansatte på en uformell sosial arena. Med uttalelser som "vi er som en stor familie", aktiv bruk av humor og ved genuin nysgjerrighet og interesse i ansattes liv nedtones den ellers nokså autoritære lederrollen. For Fredrik er dette snudd på hodet. I en mindre butikk som dette skiller ikke en butikksjefs rolle seg nevneverdig fra en deltidsansatts rolle. Han har riktig nok en god del mer ansvar for butikkdriften, men dette er likevel ikke størstedelen av de daglige arbeidsoppgavene. Fredrik drar så den autoritære rollen som leder med seg inn på den sosiale og uformelle arenaen. Dette kan i så henseende forklare hvorfor han viser til den formelle hierarkiske oppbygning også i uformelle hverdagslige jobbsituasjoner.

Fra vennsksapsrelasjoner til mobbing

Ved å trekke fram vennsksapsrelasjoner og drøfte dette opp mot den organisatoriske og formelle arbeidssettingen kan nye sider ved arbeidslivet komme til syne. Gjennom kapittelet har den uformelle sosiale arena blitt viet stor oppmerksomhet, for å kartlegge de sosiale relasjoners betydning for den generelle arbeidsarenaen. Dette kan tydeliggjøre nærmest usynlige grensesettinger ved en gitt arbeidssituasjon. Den navigeringen som foregår i tilknytning til individuelle fortolkninger preges av blant annet tidligere erfaringer og egen begrephåndtering. Det blir klart at det ved begge bedrifter eksisterer store individuelle forskjeller når det kommer til vennskapstolkninger. Det de likevel har til felles er at denne sosiale arenaen påvirker informantenes totale opplevelse av arbeidslivet. Den arbeidssosialitet som eksisterer ved begge bedrifter indikerer viktigheten av unike affektive relasjoner. I de "vennegjengene" og "klikkene" hvor positive vennsksapsrelasjoner ilegges stor betydning, blir det også klart at dette hovedsakelig fremmer en positiv arbeidsånd. I tillegg kan ulike kategoriseringer av relasjonene brukes som et analytisk inntak til hva som verdsettes på arbeidsplassen. Dette gjelder særlig normer for korrekt oppførsel kolleger i mellom. Av positive verdier trekkes eksempelvis punktlighet, gavmildhet, utadvendthet, humorbruk og kunnskap fram. Slike verdier kan gi et innblikk i hvordan arbeidsplassen også påvirkes av de verdier som står sterkt i samfunnet generelt. Sist, men ikke minst vitner denne vennsksapsforankringen på arbeidsplassen om stadig skiftende forventninger til hva som er en god arbeidsplass. Dette viser seg ved at flere verdier som står sentralt for regionen også trekkes inn på arbeidsplassen. En verdi som synes å komme godt fram gjennom dette feltarbeidet er idealet om å kunne kose seg og å ha det hyggelig sammen. Dog har ulike arbeidsplasser også ulike muligheter til å svare på denne forventningen og verdien. I dyrebutikken er denne i langt større grad realiserbar enn ved engrosbedriften hvor det er et langt større effektivitets- og produksjonspress. Dette viser hvordan den formelle organisatoriske rammen også påvirker muligheten for dannelsen av sosiale relasjoner.

Da de sosiale relasjonene ved arbeidsplassen ble trukket fram og belyst etnografisk og analytisk ble deres positive virkning vektlagt. Men der hvor vennskap i stor grad handler om en positiv relasjon, et idiom for inkludering, dukker også en ekskluderende dimensjon opp. Denne dimensjonen viste til konkrete ekskluderingsprosesser, og det negative som kan påvirke en aktørs opplevelse av den uformelle arena, slik som erting og mobbing.

Mobbing på arbeidsplassen

I dette underkapittelet vil jeg vise at mobbing og erting kan belyse hvordan hierarkiske strukturer etableres og vedlikeholdes. Ved å vise til arbeidsplassens vektlagte sosiale verdier og normer, vil disse kunne være med på å forklare hvorledes negative uttrykksformer, slik som mobbing, kan komme til uttrykk. Derfor vil Bruun, Jakobsen og Krøijers "value-mastering hierarchies" trekkes fram, for å kaste lys over hvordan hierarkier eksisterer på arbeidsplasser som tilsynelatende er egalitære (Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011: 2). Verdimestringshierarkier brukes videre som en samlebetegnelse på hierarkier som innføres som en direkte konsekvens av ulike personers varierende evne til å mestre de "korrekte" formene for sosialitet (ibid. 2011: 2). Dette viser hvordan det uformelle sosiale hierarkiet skiller seg fra det formelle administrative hierarkiet. Det er hierarkier på den uformelle arena som her vil analyseres, ved å se på ulike sosiale relasjoners negative påvirkning på kolleger. På denne måten kan mobbing forstås som et inntak til å analysere hvordan forhandlingen av fellesskap og en jobbidentitet utarter seg.

Mobbing

- en teoretisk inngangsport

Mobbing vil i denne sammenheng være nært knyttet til informanters egne oppfattelser og forståelser av begrepet. Hvorvidt en person føler seg mobbet på arbeidsplassen, er dermed opp til egen situasjonsforståelse. I likhet med vennskapsbegrepet åpner også mobbebegrepet for en nokså vid og generell definisjon. For å skape en mer konkret forståelsesramme i den videre beskrivelsen av mobbing, benyttes derfor psykologene Raknes, Einarsen, Matthiesen og Hellesøy (1991) sin definisjon av mobbing, i sin undersøkelse av mobbing og helseproblemer på arbeidsplassen:

Det er mobbing når ett eller flere individer gjentatte ganger over tid blir utsatt for negative handlinger (f.eks. trakassering, plaging, utfrysing eller sårende erting og fleiping) fra ett eller flere andre individer. Videre bør det være en ubalanse i styrkeforholdet, den som blir mobbet

har ofte vansker med å forsvare seg. Vi snakker ikke om mobbing dersom to omtrent like "sterke" parter kommer i konflikt eller det dreier seg om en enkeltstående episode.

(Raknes, Einarsen, Matthiesen og Hellesøy 1991: 156)

Definisjonens bruk av "negative handlinger" gir rom for en utbrodering. Bruk av direkte verbal aggresjon innebærer handling som konfrontasjoner, utskjelling, krangler og trusler. Slike verbale konflikter er så og si fraværende ved begge bedrifter. Dette sammenfaller i stor grad med Gullestads idé om "fred og ro" som en sentral verdi for mange i Norden (Vike, Lidén og Lien 2001: 17). Ved å fremme slike verdier fremmes samtidig en likhet. På samme tid innlemmes disse verdiene i vennsksrelasjoner som finner sted på arbeidsplassen. Bruk av direkte verbal aggresjon vil derfor bryte med de normative forventninger og kunne sette vennsksrelasjoner i umiddelbar fare. Slike åpne konflikter er ikke en ønskelig del av sosialiteten på arbeidsplassen. I praksis vil alvorlige konflikter, da særlig personkonflikter, helst tas opp med leder, som så fungerer som et mer eller mindre meglende mellomledd. Dette mellomleddet sørger der det er mulig for anonymitet, og direkte konfrontasjon kan dermed unngås. På denne måten unngår enkeltpersoner å bryte ut av det eksisterende verdihierarkiet av eksempelvis hygge, vennskapelighet og ro. Mindre alvorlige konflikter tas heller opp på en indirekte og forsiktig måte.

Humor kan være et fruktbart inntak til undersøkelsen av arbeidsplassens verdier. Gjemt bak en fasade av humor, særlig preget av ironi og sarkasme, fremmes ytringer som ellers ikke ville være akseptable. Dette kan se ut til å være en sosialt godtatt måte å uttrykke direkte verbal aggresjon på. Humor kan således sies å være et velfungerende verktøy i møte med konflikter, både fordi kommunikasjonen opprettholdes og fordi egne følelser kan kontrolleres. På denne måten kan humor betraktes som en form for metakommunikasjon i Batesons (2005) betydning. Ved å betrakte humorbruk som Batesons "play", kan humor fungere som selve rammen hvor det skapes et rom av tvetydigheter (Bateson, i Salen og Zimmerman 2005: 315). Blant kolleger skapes det mening innenfor disse rammene, basert på evnen til å oppfatte og å fortolke meningen bak humorfremleggelsene. Særs aktuelt er det da at det både på lageret i engrosvirksomheten og i dyrebutikken finnes kolleger som blir såret av disse stadige slengbemerkningene. Dette gjelder riktignok en minoritet, men temaet blir likevel tilskrevet

stor betydning blant kolleger og ledere. En av årsakene til dette kan være engrosvirksomhetens leders målrettede fokus og bevissthet ovenfor emnet. Han har derfor valgt å ta opp denne humorformen som et eget tema under personalsamtaler. En tilbakevendende problemstilling består av at en kollega føler seg såret og latterliggjort, hvorpå en annen kollega stiller seg undrende til hvorfor en uskyldig spøk skaper problemer.

Et eksempel på ulike forståelse av humor og mobbing er å finne i lageravdelingen. David rygget trucken sin inn i en av varehyllene og bestillingen hans falt i gulvet og mange varer ble ødelagt. På de minuttene det tok han å lesse eskene opp igjen på trucken, kjøre deler ned til søppelstasjonen og starte vareopplessingen på ny, fikk han flere kommentarer slengt etter seg av kolleger. Dette skjedde i korte ordelag og var i stor grad preget av påfølgende vide glis og humring. David forklarte senere at det han opplevde som særlig sårende var kommentarene som undergravde hans profesjonelle utførelse av eget arbeid. Fleipingen ga han en følelse av å ikke være god nok i jobben. Således kan dette eksemplet vise til viktigheten av å mestre både de formelle og uformelle arbeidskravene som stilles. Når disse så ble brutt av David, ble også hans ønskede jobbidentitet brutt. På så måte falt han brått nedover i det sosiale hierarkiet blant kollegene på lageret. Komparativt skiller dette eksemplet seg fra tilsvarende uhell i dyrebutikken, hvor vedkommendes sosiale posisjon ikke nødvendigvis endres. Igjen kan dette vise til en grunnleggende forskjell mellom de to bedriftene: konkurransenivået. Dette blir også åpenbart i utleggelsen av "fleiperen" nedenfor.

For også å skape et bilde av "fleiperen" vil nok et eksempel trekkes fram, også her med David i sentrum. David og en kollega står bøyd over en ordreseddel. Rett bortenfor står Ivan foran en dataskjerm og ser på statistikken over antall pakkede bestillinger. Denne statistikken viser at David nå befinner seg i bunnsjiktet av de mest effektive på lageret. Uten å snu seg, kommenterer Ivan dette høyt og tydelig. Videre legger han til, "du får si hvis du trenger hjelp", før han brått snur seg og blunker overdrevent med venstre øye. Den andre kollegaen kommenterer så: "kanskje du skulle hatt støttehjul på den snila" og henviser dermed til foregående uhell og dytter borti han med skulderen. Ivan kommer bort og gir David en anerkjennende "high five". David ler og tar raskt opp igjen arbeidet, spøken er dermed over og arbeidet fortsetter. Dette er måten Ivan spøker med mange av sine medkolleger på lageret. Spøkene dras noe lenger blant dem han jobber mest med og kjenner best. Disse vil da gjerne

svare igjen med samme mynt. Således kan denne fleipete humorformen synes å ha blitt en omgangsform for majoriteten på arbeidsplassen. Formodentlig forstår ikke Ivan hvorfor David ikke "tar igjen" og skøyer tilbake. Igjen oppleves humorformen nærmest som et personlig angrep for David, som bevisst unngår å benytte seg av denne. Dette spiller antagelig på en, for Ivan, godtatt situasjonsdefinisjon, hvor bekreftelse på egen arbeidsinnsats søkes. En slik fleipete humorform er også til stede i dyrebutikken, men da hovedsakelig blant heltidsansatte og de mannlige kollegene. Det som skiller bruken av denne humorformen ved de to arbeidsplassene er vilkårene omkring den. På lageravdelingen kommer den til syne i møtet med formelle arbeidskrav av lett målbare og gjerne rutinepregede oppgaver. Det er her en sterk sammenheng mellom produktivitet, konkurranse og humor. I dyrebutikken formes denne humorformen omkring mindre og mer uformelle konkurransekrav med færre aktører. Det er klart at en viss konkurranse finnes i den formelle arena, hvor salg registreres i datakassen på hver enkelt ansatt. For Even og Lisen som har jobbet sammen i flere år, byr lørdagene på et ekstra konkurransenivå som også trekkes inn på den uformelle sosiale arena. Hver lørdagsmorgen enes de om et produkt (for eksempel en kattleke) og konkurrerer om hvem som selger mest av denne i løpet av arbeidsdagen. Måten Ivan benytter humor på i eksemplene ovenfor, tilsvarer humoren som brukes mellom Even og Lisen. Sammen illustrerer både slengbemerkinger og fleiping hvordan det uformelle hierarkiet er gjenstand for stadig refleksjon og forhandling ved begge arbeidsplasser.

En årsak til at slengbemerkinger som humorform er så utbredt på disse arbeidsplassene er at de til stadighet også er et samtaleemne. Dette er særlig aktuelt i mindre grupper og på tomannshånd. Som samtaletema i smågrupper ytres i større grad negative emosjoner knyttet til denne humorformen. Særlig blir følelser som ydmykelse og fornærmelse trukket fram. Typisk for en slik samtale er at spøkeren blir "irettesatt" bak hans eller hennes rygg, ved å kommentere at skøyeren gikk over streken. Tendensen til at misnøye tas opp i mindre grupper og sjeldent med den det gjelder, viser sannsynligvis til et overordnet ønske om fravær av direkte konflikter. Dette kan til dels tilskrives formelle krav stilt av bedriften selv, men synes i større grad å være en viktig del av den uformelle sosiale arena. Denne omhandler så normer for omgjengelighet og akseptert oppførsel. Med andre ord, arbeidssosialiteten rommer mekanismer for både inklusjon og eksklusjon (jf. Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011: 2).

Mekanismer for inklusjon og eksklusjon blir tydelig i møtet med indirekte aggresjon, hvor aggresjonsformen preges av å gå gjennom en tredjepart. Dette inkluderer ryktespredning, baksnakking, utfrysing og manipulasjon. Denne typen negative handlinger er den hyppigst forekommende på begge arbeidsplasser. Da direkte konflikter er sjeldent, er baksnakking desto vanligere. Da begge arbeidsplasser har to arbeidsskift - dag og kveldsvakt, synes det vanligst at baksnakkingen spinner rundt misnøye ovenfor kollegers arbeidsinnsats på det andre skiftet. Dette gjelder blant annet klaging over gjennomført jobb, eller mangel på sådan. Likeså uenigheter om arbeidsfordeling mellom skiftene. Dette er i stor grad også direkte personorientert. Et eksempel på baksnakking vedrørende enkeltes effektivitet er å finne i dyrebutikken. Lisen er fulltidsansatt, jobber flest dagvakter og har som alle ansatte et ansvar for å holde butikken innbydende og ryddig. Baksnakkingen av henne foregår på kveldsvaktene, fordi hennes kolleger til stadighet finner arbeidsoppgaver de mener skulle vært gjort tidligere på dagen. Det kan også legges til at dagens inntjening lett vises ved et par tastetrykk på datakassen, og det derfor kan sjekkes hvor mye Lisen har hatt å gjøre i form av kundebehandling og salg. På dager hvor det har vært få kunder og vareleveranser står uåpnet og tar plass i butikken, er dette til stor irritasjon for kveldsvaktene som mener Lisen er for lat. For mange av de deltidsansatte er Lisen blitt en vits som brukes hver gang noe ikke har blitt gjort skikkelig, eller tar for lang tid. Slik ble det trukket fram av Anne Mette og Morten som tok seg selv i å diskutere en populær TV-serie, framfor å rydde bort varer. De brøt da ut i latter og mente at de likevel ville få priset og ryddet unna alle varene før Lisen på sin side hadde fått tatt av plasten på forsendelsen. Ved dette konkrete eksemplet kan det nærmest synes som om Lisen har blitt offer for kveldsvaktenes samværsstil, som preges av at de har funnet et felles irritasjonsmoment. Et moment som bryter med deres ønskede verdier, så som likeverd, likhet og rettferdighet, og vel så viktig med den ønskede resiprositeten i arbeidsfellesskapet hvor det forventes at alle ansatte skal gjøre sin del av arbeidet. Denne misnøyen eskalerer ytterligere da Lisen i tillegg gir ordre om arbeidsoppgaver som må gjøres. På så måte kan en indirekte aggresjonsform i høyeste grad også vise til det eksisterende verdimestringshierarkiet. Dette viser hva som verdsettes på arbeidsplassen og gir et innblikk i den sosiale samværsstilen.

Mobbing eller erting?

Nei, vi har aldri hatt noen mobbere her. Vi kjenner hverandre så godt alle sammen, at det hadde bare ikke gått. Vi er jo venner alle mann!

Fredrik, butikksjef, dyrebutikk

Dette sitatet viser i all enkelthet hvordan mobbebegrepet nærmest synes å være ikke-eksisterende ved begge arbeidsplasser. Det er ingen ved disse bedriftene som har gitt uttrykk for at de har følt seg mobbet av medkolleger, eller ledere. En årsak til dette kan være at det eksisterer en høy terskel for å ta i bruk mobbebegrepet. Desto vanligere er det å benytte begrepet erting, som også kan forstås i negative ordelag. Dette innebærer både vennligsinnet erting som tolkes negativt, så vel som åpenbar negativ erting. Selv om erting vanligvis brukes om vennligsinnet spøking, vil det videre nøstes opp i gråsonen mellom mobbing og erting. Denne gråsonen kan tilskrives individuelle forståelser av begrepene, samt faktorer som tidligere erfaringer, kommunikasjonsevner, så vel som kjønn og alder. I tillegg blir det tydelig at erting, som med vennskap, også er situasjonsavhengig.

En slik forskjell bringes på bane av psykolog Einarsen som viser til at aldersforskjeller spiller en stor rolle i hva som oppleves som mobbing. Forskning viser eksempelvis at unge må utsettes for flere negative opplevelser, enn eldre, før de tar i bruk mobbebegrepet (Einarsen).⁹ Særlig et eksempel fra dyrebutikken viser hvordan individuelle fortolkninger og kommunikasjonsevner kan føre til konflikt. Konflikten oppstod mellom butikksjef Fredrik og en nyere ansatt, Lisa. Fredrik er på sin side høylytt og svært direkte i sin tilnæringsmåte. Lisa framstår nærmest som hans rene motsats. En ulmende konflikt mellom de to bestod av deres ulike selgerstil. Fredrik kom med daglige slengbemerkinger til Lisa, som av Lisa ble betraktet som personrettet erting. Hun fant hans forsøk på å være morsom belærende, nærmest arrogante. Etter å ha irritert seg over dette i to måneders tid melder til slutt Lisa i fra til Fredriks nærmeste overordnede. Sammen møtes de i et møte for å legge alle kort på bordet, hvor to vidt forskjellige historier legges fram. Den sårende ertingen Lisa hadde sett seg lei av,

⁹ Se mer om dette i Arbeidstilsynets fagblad "Arbeidervern":
<http://www.arbeidstilsynet.no/arbeidervernartikkel.html?tid=89778>

var for Fredrik velmenende råd lagt fram på en hyggelig måte. Et slikt eksempel viser hvordan både tidligere erfaringer og individuelle ulikheter legger føringer på deres forståelse. Dette gjenspeiler hvor flytende overganger det kan være fra vennskap til erting og videre til mobbing.

En tydelig forskjell som gjør seg gjeldende ved beskrivelsen av sosiale relasjoner som enten negative eller positive, er i termer av inklusjon og eksklusjon. Negativ erting kan være en velfungerende eksklusjonsmetode. Gjennom slengkommentarer kan således en form for avstand markeres. Dette gjelder særlig i settinger hvor en kollega ikke utfyller de kriterier som forventes. Dette viser også eksempelet med David og Ivan i lageravdelingen. David finner ikke lenger slengbemerkningene humoristiske, men likevel velger han å holde masken ovenfor sine ertende kolleger. Årsaken til dette kan bero på en frykt for å bli ekskludert fra det kollegiale samholdet, hvor slik humor er sterkt tilstedeværende. Ved å markere sin avstand til humorformen, vil David bryte med den uformelle sosialt aksepterte omgangsformen. Denne synes å vokse fram fra den stadige forhandlingen av kjønnete sosialiteter, hvor maskulinitet trekkes fram som en kjerneverdi. Ved å klage på humoren vil David sannsynligvis tilskrives en mer feminin rolle, enn den blant sine kolleger. Dette baseres på det vokabularet som benyttes på avdelingen. Av negative ord brukes for eksempel jentete, kjerringaktig, sutrete, klagende, masete og femi. Slik kan Davids valg forsvares med både en frykt for å bli ekskludert fra jobbsamholdet og tilhørigheten, samt et ønske om å beholde sin posisjonering i det uformelle sosiale hierarkiet.

Selv om både David og Lisa her har vist hvordan negativ erting påvirker deres arbeidsarena, framholder også de at det ikke eksisterer mobbing ved deres arbeidsplass. Som det ble trukket fram innledningsvis, synes det å være en høy terskel for å ta i bruk mobbebegrepet. Erting fungerer således som en enkel og hverdagslig metode for å trekke fram det negative, uten at det uttrykkes eksplisitt. Igjen viser dette hvordan direkte konflikter ikke er ønskelig på arbeidsplassen. Alt i alt, erting er et heller dagligdags begrep som er hyppig i bruk. Likevel kan erting også romme en mildere form for mobbing, så som indirekte verbal aggresjon. Denne uttrykkes særlig ved baksnakking. I tråd med verdier som fred og ro, kan dette kanskje forklare hvorfor direkte konfrontasjoner unngås og baksnakking heller benyttes. Kanskje framstår dette som den mest aksepterte veien å gå for å få luftet sin misnøye? I dyrebutikken

hvor denne adferden ble mest synlig, synes dog disse prosessene å være sterkt forbundet med den formelle strukturen. Slik som mellom dagvakter og kveldsvakter, hvor de som ble baksnakket altså ikke var tilstede.

Avslutningsvis synes det også naturlig å trekke fram mobbing i lys av horisontale kontra vertikale rollesett. Mobbing blir gjerne ansett for å helst passe inn blant vertikale rollesett, så som det mellom sjef og ansatt (Raknes, Einarsen, Matthiesen og Hellesøy 1991: 156). Ut ifra slike kriterier synes det å være riktig å anta at det nærmest ikke eksisterer mobbing ved disse arbeidsplassene. Likevel blir det tydelig at den negative ertingen hovedsakelig finner sted blant formelt horisontale rollesett, som naturlig nok også er i sterkt flertall. Dette forklares gjennom viktigheten av situasjonsdefinerte kriterier, slik som selvhevdelse og anerkjennelse viser seg på lageret i engrosvirksomheten. Som verdier kommer disse til uttrykk der hvor konkurranseånden både formelt og uformelt blir tillagt stor viktighet. I praksis kan denne higen etter å være best - kunne resultere i en mer negativt ladet samværsstil. For David og hans kolleger ser det ut til at det uformelle sosiale hierarkiet formes av det store effektivitetspresset, hvilket uformelt skaper mer vertikale relasjoner mellom formelt horisontale kolleger. Høyest på denne rangstigen er de mest produktive, og disse framviser dette gjennom mer eller mindre nedlatende eller hånende fleiping og tulling, med de under seg. På denne måten er negativ erting også med på dannelsen av et sosialt hierarki innad i virksomheten. Likevel eksisterer det en motstand mot denne hierarkiske strukturen, som blir synlig gjennom vektleggelsen av andre personlige egenskaper slik som fortellerevne og gavmildhet. Noe av denne avstanden tilskrives misnøyen rettet mot arbeidsplassens formelle effektivitetspress og harde fysiske arbeid. Med bakgrunn i dette synes verdimestringshierarkier å være aktuelle. Disse bygger på Dumont sin idé om at egalitet og hierarki alltid vil kombineres på en eller annen måte (Dumont 1970, i Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011: 2). I dette hierarkiet vil således motstanden kunne skape et rom for egalitet, i en ellers hierarkisk sosial oppbygning. Denne skildringen er forenlig med lageravdelingen og lastebilsjåførenes arbeidsetos. Ved å gripe fatt i erting på denne måten, har jeg forsøkt å vise hvordan denne kan utfylle vennsapsbeskrivelser. For både inklusjon og eksklusjon må gripes fatt i for å forstå det totale sosiale felt. Sammen kan disse analytisk vise til individets evne til å mestre de "korrekte" formene for sosialitet (ibid. 2011: 2).

Kapittel 4

Humor

- et inntak for bedret forståelse av den sosiale arena

I dette kapittelet vil humor betraktes som ett aspekt ved den overordnede formen for sosialitet ved arbeidsplassene. Humor vil således trekkes fram, beskrives og kategoriseres for å vise hvilken betydning denne har i arbeidshverdagen. Humor blir på arbeidsplassene gjerne trukket fram som et hjelpemiddel ved utarbeidelsen av et godt arbeidsmiljø. Ikke bare skal den kunne skape en større fellesskapsfølelse kolleger i mellom, den betraktes også som et hovedelement i utarbeidelsen og ivaretagelsen av en uformell sosial arena. Ved å analytisk gripe fatt i humorbegrepet vil jeg se nærmere på hvorvidt humor også kan utgjøre en distinkt form for sosialitet i arbeidshverdagen. Sosialitetsbegrepet vil her kunne forstås som i Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) "The Concern for Sociality - Practicing Equality and Hierarchy in Denmark", hvor "proper sociality" og "value-mastering hierarchies" trekkes fram (2011: 13). Sosialitet viser her til noe prosessuelt og dynamisk, da den kommer til uttrykk gjennom en rekke vektlagte verdier. Bruun, Jakobsen og Krøijer trekker således fram Simmels "sociability" for å vise hvordan ulike sosialiteter gis mening og bærer så en egenverdi (Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011: 2). Simmels sosiabilitet forklares ved at innholdet eller resultatet i en konversasjon ikke vektlegges, men heller den inkluderende form interaksjonen tar (ibid. 2011: 16). I tillegg trekkes Dumonts idé om en sameksistens mellom likhet og hierarki fram (ibid. 2011: 2). Dumont viser på denne måten hvordan arbeidsplassens iboende sosiale verdier vil kunne skape en hierarkisk struktur. Dette begrunnes i ulike aktørers evne til å mestre de ønskede verdier som trekkes fram på arbeidsplassen.

Videre kan er det nyttig å knytte sosialitetsbegrepet sammen med Geertz' klassiske etos. Ved å trekke inn Geertz' forståelse av etos som "...the tone, character, and quality of their life, its moral and aesthetic style and mood..." kan den tonen humoren setter i arbeidshverdagen vise til tydelige spesifikke kulturelle verdier (Geertz 1957: 421). Etos brukes i denne sammenheng som et kjennetegn ved noe kollektivt. Dette kan knyttes opp mot konkrete former for moral. Dette kan være virkningsfullt for å skape en rikere beskrivelse av sentrale verdier. Ved å

knytte etos og sosialitet sammen, kan de overordnet brukes for å beskrive ulike humorformer og kan med det gi et innblikk i de symbolske og moralske aspekter ved arbeidsplassene. Sammen kan de bidra til en nyansert framstilling av de eksisterende sosialiteter på arbeidsarenaen. Samtidig kan de også vise hvordan de to bedriftene som i stor grad preges av en egalitær uformell arbeidssetting også innehar klare hierarkiske strukturer. Humor kan på så måte være et berikende inntak for å bedre forståelsen av hvordan likhet og hierarki stadig eksisterer side om side. Som Geertz selv framla er etosbegrepet såpass vagt, at det aller helst bør forstås som et nyttig hjelpemiddel i den videre utviklingen av et mer adekvat analytisk rammeverk (Geertz 1957: 436). Ved å knytte arbeidshverdagens sosialiteter sammen med etosbegrepet vil dette være et forsøk på en analytisk døråpner, hvilket kan være et direkte svar til Geertz etterlysning av etosbegrepets videre utvikling. Analytisk ønskes etosbegrepet å bidra til en bredere forståelse av den moralske reguleringen av adferd (ibid. 1957: 436).

Humor vil som omgangsform vil være beskrivende for de bredere sosialiteter som eksisterer på arbeidsplassen, både i formelle og uformelle settinger. Ved å knytte etosbegrepet til bruken av sosialitet på denne måten, trekkes også det overhengende kulturbegrepet fram i søkelyset. Kultur er stadig et viktig tema for faget, på tross av stadige diskusjoner og kritiske røster. Hvordan kulturbegrepet kan forstås og brukes innenfor faget i en stadig mer globalisert verden er en teoretisk utfordring. Dette er en diskusjon som ikke vil bli utredet her i større ordelag, men et par relevante bidrag vil nevnes. Kort lagt fram ble den tradisjonelle antropologiske kulturforståelsen generelt preget av en avgrenset og homogen oppfattelse. På tross av dette ble det alt i 1952, av Kroeber og Kluckhohn, vist til hele 162 antropologiske kulturdefinisjoner (Hylland-Eriksen 2010: 15). Dette viser det store definisjonsmangfoldet, også før nyere debatter vedrørende begrepets anvendbarhet dukket opp. En utgøring av kulturbegrepet som kan sies å ha bitt seg fast i faget er Geertz skildringer av kultur som både "en integrert helhet, som et puslespill hvor alle bitene var innen rekkevidde, og som et meningssystem som i hovedsak var delt av hele gruppen." (Hylland-Eriksen 2010: 15).

Nedenfor vil en teoretisk humorkategorisering direkte bygget på Holmes og Marra (2002) legges fram. Denne kombineres så teoretisk med Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) forståelse av sosialitet som ulike kulturelle og sosiale måter å samhandle på, hvor dimensjoner slik som tid, rom og materialitet vil bli vektlagt (2011: 2). Som humorkategorier vil disse så

belyses gjennom en rekke empiriske eksempler fra begge bedrifter. Her vil både historier, tørr humor, kofferthumor, slengbemerkinger og praktiske spøker etter tur vises etnografisk. Deretter trekkes kjønnet humor fram for å utbrodere de analytiske dimensjonene i en gitt "humorsosialitet". Disse analytiske dimensjonene trekkes videre til neste avsnitt, hvor de betraktes ved hjelp av Linnets begrep om "midlertidige tilfluktssteder", for å vise hvordan bruk av humor bevisst kan nyttes som et hjelpemiddel for å fremme en ønskelig arbeidsarena og likeledes få tiden til å gå (Linnet 2011: 22). Som hjelpemiddel kan også humor knyttes direkte til motstandsskaping på arbeidsarenaen, både til ledelse og til kolleger, kunder og arbeidsoppgaver. I "Humor og motstandsskaping" blir det lagt fram hvordan konstruksjonen "vi og de(n) andre" stadig er gjeldende. I tillegg trekkes Gullestads bruk av "symbolske gjerder" fram for å vise hvordan denne motstandsskapingen sjeldent bryter med de normativt forventede verdier som gjør seg gjeldende på arbeidsarenaen (Gullestad 1992, i Vike, Lidén og Vike 2001: 17). Til sist vil "Skøyerne på topp i det sosiale hierarkiet - humor og status" legges fram for å greie ut om den hierarkiske strukturen som eksisterer på den uformelle sosiale arenaen. Ved å bruke Bruun, Jakobsen og Krøijers verdimestringshierarki vil de hierarkiske strukturer beskrives, gjennom blant annet vektleggelsen av verdier som hygge, likhet og selvhevdelse (ibid. 2011: 2). Linnets (2011) beskrivelser av hygge og samværsstil er særlig interessant, da dette framstår som en kjerneverdi ved begge bedrifter (2011: 22-23). Som Ortner poengterer i "Gender Hegemonies" må makt og status vies oppmerksomhet ved en etnografisk analyse, når hegemoniske trekk skal belyses (1989-1990). Derfor vil sammenhengen mellom humor og status vektlegges. Humor vil således betraktes som en av flere viktige dimensjoner ved dannelsen av den sosiale arenaen på arbeidsplassen.

Den teoretiske dannelsen av humorkategorier

For oversiktens skyld fremlegges en detaljert oppdeling av ulike former for humor på arbeidsplassen. Denne kategoriseringen gjøres med det formål å tydeliggjøre de humorformer som eksisterer ved de to arbeidsplassene, samt innad i disse. En fordel ved å skape kategoriske skiller ved beskrivelsen av den generelle jobbhumoren er at det vil tydeliggjøre den unike sammensetningen humoren har ved hver bedrift. Dette kan så skape et godt komparativt bilde av de to bedriftene. Den unike humorsammensetningen vil også kunne fungere som en inngangsport til en bedret forståelse av de eksisterende sosialiteter innad i bedriftene. Dette sammenfaller også med Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) idé om å

betrakte sosialitet som ulike kulturelle og sosiale måter å samhandle på, gjennom grunnleggende dimensjoner slik som tid, rom og materialitet (ibid. 2011: 2). Det vil altså være et poeng å belyse de hyppigst forekommende humorformer ved hver enkelt arbeidsplass, for så å gi et detaljert bilde av den eksisterende sosialitet humoren inngår i. Dette for å gi rom for beskrivelser av en allsidig og i enkelte tilfeller en heller individuell humorform innad i bedriften. De følgende humorkategoriene vil i utgangspunktet være av verbal karakter, men kan også romme andre former for taus eller fysisk humor. Sammensatt vil den konkrete bruken av de ulike humorkategorier gi et innblikk i et konkret arbeidsetos og dermed være beskrivende for bedriftens overliggende arbeidsmiljø.

For å kategorisere og analysere bruken av humor på arbeidsplassen har sider ved lingvistikere Holmes og Marras teoretiske oppdeling i "Having a laugh at work: how humour contributes to workplace culture" (2002) blitt benyttet innledningsvis. En slik sosiolingvistisk tilnærming til humor brukes her, da den synes å være nyttig for å identifisere og kategorisere ulike humorformer. Først og fremst har Holmes og Marra (2002) valgt å skille mellom humor bestående av enkeltbidrag og kollektivt skapte humorsekvenser (2002: 1688, 1695)¹⁰. Med enkeltbidrag menes her korte konsise setninger, eller små vitser. Vanligst i denne gruppen er det som nedenfor vil omtales som slengbemerkinger, altså korte kommentarer "i forbifarten" - gjerne preget av en ironisk og/eller sarkastisk undertone. Med humorsekvenser menes heller lengre utbroderinger, som vanligvis inkluderer flere aktører. Denne sistnevnte humorformen deles videre i to underkategorier, hvilket synes mest beskrivende å kalle solidaritetshumor og konkurrerende humor¹¹ (ibid. 2002: 1687). Med solidaritetshumor menes humor som "bygges videre på" i en gruppe. Det betyr både det å utbrodere en historie som blir fortalt, men åpner også opp for herming, nikking og støttende gjentakelser. I all hovedsak er denne formen for humor med på å skape og vedlikeholde solidariske bånd mellom kolleger. En slik støttende humor er i hovedsak den som hyppigst vises til ved bedriftene. Til sist står "konkurrerende humor" fram som en humorform hvor negativitet i større grad synes å spille en rolle. Denne humoren brukes hovedsakelig for å fremme egne synspunkter, og knyttes i praksis ofte sammen med det å utfordre eller undegrave en kollega. En slik humor antas å være hyppigst forekommende i sterkt konkurransepregede arbeidsettinger, hvor det blir viktig å hevde seg. I denne sammenheng nyttes derfor aktiv bruk av ironi og/eller sarkasme.

¹⁰ Egen løselig oversettelse av "Short individual contributions" og "collaboratively constructed humour sequences"

¹¹ Egen oversettelse av Holmes og Marras (2002) sine begrep "Supportive humour" og "Contestive humour".

Humorkategorier på arbeidsplassene

- en etnografisk framstilling

Ved å ta utgangspunkt i den teoretiske oppdelingen av humor, vil de ovenfornevnte humorkategorier her knyttes sammen med den humoren oppdaget på arbeidsplassene. Denne vil så utbroderes gjennom flere empiriske eksempler for bedre å skape et bilde av den unike jobbhumor. Ved å trekke inn Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) dimensjoner, slik som tid, rom og materialitet, vil de empiriske humoreksempler også kunne vise andre sider ved bedriftenes sosialiteter (Bruun, Jakobsen og Krøijer 2011: 2). Dette vil igjen tydeliggjøre den stadige forhandlingen som skjer både bevisst og ubevisst mellom kolleger, angående den ønskede sosialitet på arbeidsplassen. Denne tilstedeværende forhandlingsprosessen om hva som er passende adferd i ulike settinger vil komme til uttrykk ved flere av de følgende eksempler. Likevel er det viktig å trekke fram at denne forhandlingen ikke bare omhandler antatte kjerneverdier slik som Gullestads velkjente individualitet og likhet. Som Bruun, Jakobsen og Krøijer poengterer blir også andre sosialt aksepterte verdier slik som "hygge, fællesskab, rummelighed og hjemlighed" verdsatt (ibid. 2011: 2). Til sammen er en rekke slike nøkkelverdier med på å skape et bilde av en unik sosialitet på arbeidsplassen.

For å kunne beskrive ulike former for humor ved disse arbeidsplassene må særlig en forskjell mellom bedriftene beskrives: det sosio-materielle rom hvor humoren foregår. I engrosvirksomheten, særlig på lageravdelingen, formes humoren i stor grad omkring arbeidet, og viser at arbeid og humor kan eksistere på samme tid. Dette vises ved sterkt rutinepregede arbeidsoppgaver som gjøres mer underholdende ved hjelp av humor. På denne måten kan humor være en måte å få tiden til å gå på. Det kan den også i dyrebutikken, men humoren her er i større grad situasjonsavhengig, den skiller eksempelvis mellom tomme og fulle lokaler. Et butikklokale med kunder og fremmede gir her utslag i en annen humor, enn den som er tilstede med kun ansatte og kjente. Dette er en markant forskjell, som blant annet kan bero på at mye av humoren helst finner sted i en mer privat setting. I dyrebutikken kretser humoren også i stor grad omkring møtet med kunden og meddelelser av private historier, hvilket ikke passer inn i den offentlig sosiale arenaen. Denne framstillingen synes å ligge tett inntil Goffmans dramaturgiske tilnærming, med front- og backstage (Goffman 1959). "Front stage" er således beskrivende for den performative adferd og den rolle den ansatte viser med kunder tilstede: profesjonell, høflig og smilende. Den humorform som knyttes til et tomt

butikklokale, er således ikke forenlig med det formelle bildet den ansatte ønsker å portrettere. "Back stage" kan således kalles selve humorarenaen, hvor en sosialt uformell og eksklusiv arena kommer til syne. Dette kommer til syne gjennom eksemplet nedenfor.

Historier

I dyrebutikken er historiefortelling en av de hyppigst forekommende humorformer. Historiene dreier seg i stor grad om møtet med kunder. Når et kundemøte så gjenfortelles humoristisk, er det gjerne fordi kunden skiller seg ut fra en forventet "kunderolle", det være seg ved oppførsel, spørsmål, private meddelelser - altså hvordan en samtale skiller seg ut fra "normalen". Dette trenger forøvrig ikke bety at ansatte gjør narr av eller håner kunder, men handler i flere tilfeller om å le sammen med dem. For kunder kan selv meddele humoristiske historier, ofte om episoder vedrørende egne kjæledyr. Likevel, majoriteten av slike populære humoristiske historier kan se ut til å være preget av kunder med mangel på kunnskap om det de spør om. Slike episoder kan bekreftes blant to kolleger mens de enda pågår ved diskret kroppsbevegelser slik som utveksling av blikk, et enkelt hevet øyenbryn, kremting, eller mer sjeldent, ved hvissing. Flesteparten av de mest populære historiene som fortelles gang på gang er de som utfolder seg i selve butikken. Siden det unntaksvis er mer enn tre ansatte på jobb av gangen, fortelles disse stadig videre til alle ansatte har hørt og ledd av dem. Slike historier kan også være tema utenfor arbeidstiden, i ulike sosiale lag. Under følger en gjenskapelse av en slik populær historie, som tar for seg et kundemøte utenom det vanlige:

Det var lørdagsmorgen og Anne Mette hadde akkurat blitt ferdig med mating av dyrene. Nå stod hun ved kassaområdet, i det dagens første kunde entret butikken. Hun kjente igjen kunden fra kvelden før og bemerket dette ovenfor Lisen som stod stødig bak datakassen. Kunden hadde kvelden i forveien spurt og gravd mye om akvariehold, og hadde så takket høflig for god hjelp. Anne Mette antok derfor kvinnen nå skulle gå til innkjøp av akvariet de sammen hadde sett på. De to møtes foran kassadisen og hilser blidt, kunden fortsetter så med å si at hun håper Anne Mette kan hjelpe henne i dag også. Samtidig, tar hun av seg ryggsekken, legger den på disken og drar ut en bærbær datamaskin. Hun forteller så at hun har fått virus på den og trenger hjelp. Anne Mette forklarer at hun ikke tror hun har riktig kompetanse til jobben, samtidig som Lisen står i bakgrunnen og smiler bredt. Videre

anbefales kunden heller å gå bort på senterets tilhørende elektronikkjede for å få den hjelpen hun trenger. Kvinnen takker igjen for god hjelp og går ut av lokalene. Tilbake står de to ansatte nærmest og holder pusten, til de ser kvinnen går forbi butikkvinduet. Da ser de på hverandre og begynner å hikste av latter. Midt i latteren spør de hverandre om hvorfor i all verden en som jobber i dyrebutikk forventes å kunne hjelpe til med dataproblemer.

Denne og flere lignende historier danner en ukonvensjonell form for solidaritetshumor, i Holmes og Marras (2002) betydning. Selv om denne historien ikke fant sted mellom flere ansatte, skapte den likevel et sterkere fellesskap i den forstand kolleger delte latter og hygget seg sammen i ettertid. Samtidig kan historier som denne også sies å danne en plattform for den videre humoren på arbeidsplassen. Særlig fordi den ble en del av den inkluderende humoren som er åpen for alle kolleger og ble med det hyppig henvist til. Akkurat denne historien ble kanskje så populær fordi møtet med kunden tok en brå og overraskende vending, samtidig som temaet var helt på siden av den kunnskapen ansatte faglig ønsker å besitte. Dessuten gir dette eksemplet et innblikk i hvordan den ansattes rolle må balanseres mellom en profesjonell og en mer privat vennlighet. I dette tilfellet kan kanskje humoren sies å tematisere en form for grensesetting, da kunden mistolket den ansattes vennlighet og interesse som en gryende vennsksrelasjon. Likevel, denne historien skiller seg svært ut fra de dagligdagse kundehistoriene. Andre beretninger om møtet med kunder tar gjerne en heller banal form. For å trekke fram en slik hverdagslig historie, som synes svært beskrivende for den humoren som eksisterer i butikken, vil også møtet med en god kunde trekkes fram:

Denne kunden har vært et fast innslag i butikken gjennom mange år, og ansatte har derfor god kjennskap til vedkommende. Dette er mye grunnet mannens iver etter å fortelle historier, som aller helst omhandler kjæledyret hans. Han er gjerne innom butikken ukentlig for å se etter nyankomne varer, for å småhandle og ikke minst, for å slå av en prat. Dette er en mann som nå nærmer seg pensjonsalder og som er en kjent figur i det lokale motorsykkelmiljøet. Iført den faste skinnjakka, med et langt grånende skjegg og med flere synlige tatoveringer framstår han tøff i det han rusler innover i butikklokalet. Under armen hans, med hodet hvilende på mannens store mage hviler en langhåret kanindachs. Dette er slett ikke et uvanlig syn da mannen ofte pleier å ha med seg hunden inn i butikken. Denne dagen kommer han med det ærend å få klippet hundens klør. Den ansatte går over en og en pote, mens mannen ivrig

forteller om hundens siste påfunn. Underveis drar han opp godbit etter godbit fra jakkelomma og roser hunden ivrig. Den lille hunden sitter nå i mannens armkrok, og er iført et mørkt lilla strasshalsbånd, samt et mønstrete lilla og rosa slips. Kunden spøker videre om hundens voksende garderobe, bestående av blant annet boblejakke, hundesco og flere gensere. De to ansatte og kunden ler hjertelig. Den ansatte viser så fram den siste nyheten innenfor hundeklær, nemlig en tykk boblejakke med fire bein. Engasjert prøves jakka på og hunden får enda noen godbiter. Når kunden så er ferdig har han kjøpt tre poser med hundegodt, boblejakka og en annen nyhet, et hundehalsbånd i mykt elgskinn. Det er nettopp denne miksen av den mannlige og tøffe framtoningen og bruken av babyspråk og omsorgen for den lille hunden som framstår både humoristisk og fornøyet. Hvilket kunden i høyeste grad også selv ser ut til å være klar over. Det er nettopp kombinasjonen av mannens framtrædende fysiske tøffhet i kræsje med dachsens feminine uttrykk som gjør at ansatte finner situasjonen underholdende. Denne framtoningen bryter opp det stereotype førsteinntrykket man får av å se kunden foran seg. For ansatte ville det nok ved første møte være mer naturlig å anta at kunden eide en "tøffere" hunderase, slik som for eksempel en rottweiler. Dette viser også til viktigheten av å kunne tolke sine kunders behov og ønsker når det kommer til videre salg. I tillegg illustrerer dette eksemplet hvordan kundens selv trekker varehandelens konsumlogikk lenger enn de ansatte, som generelt synes å være svært opptatt av nye og spesielle produkter. I så måte kan kunden sies å trekke denne konsumlogikken så langt at også dette oppfattes underholdende for de ansatte.

Slike møter med gode kunder gir en god stemning i butikklokalet, da de ansatte til stede tydelig hygger seg med mannens historier. På mange måter kan dette også tilskrives en pause i det vanlige arbeidet, da møtet med kunder alltid skal prioriteres og det dermed rettferdiggjøres at ansatte kan stå og lytte til mannen, i en mer uformell setting. Denne sosiale arenaen er kanskje så velfungerende fordi de ansatte føler de kjenner kunden godt og dermed har et avslappet forhold til vedkommende. Således tilskrives butikklokalet flere funksjoner, både et sted for arbeid med press om produktivitet og lønnsomhet, men samtidig en arena for hygge og avslapning. Dette skaper tydelige motsetninger på arbeidsplassen, hvilket i dette tilfellet kommer til uttrykk ved den enkeltes kundehåndtering. En ansatt tar konsekvent opp igjen arbeidet med for eksempel å rydde i varer og kunden følger da etter for å fortsette praten. En annen forsøker diskret å avslutte samtalen når hun synes det har gått lang nok tid. Sett med lønnsomhetsøyne er kunden verdt å ta vare på fordi han legger igjen store summer

og er svært lett å selge til, derfor synes det også å bli foretatt en fortløpende vurdering angående hvor lang tid han kan "kreve" av de ansatte. Dette eksemplet viser hvordan den sosiale arenaen og den formelle jobbarenaen i enkelte tilfeller kan synes nærmest overlappende. Likevel kan dette eksemplet også synes å vise til en liminal fase, hvor kunden er plassert midt i mellom disse to arenaene. Denne posisjoneringen kan for ansatte synes å være vanskelig.

Slike humorsekvenser gir et innblikk i den vanlige humorformen som nyttes i dyrebutikken. Å gjenfortelle historier i møtet med kunder er en arena hvor alle ansatte kan delta. Særlig gjelder dette altså historier som utspiller seg i selve butikklokalet, hvor også den ansatte er delaktig. Et siste eksempel på en slik hverdagslig historie er møtet mellom en far, hans datter og en kanarifugl. Datteren, antagelig sent i tenårene, kommer først inn i butikken og går rett bort til reolen med levende dyr. Hun står så og ser på fuglene da faren spaserer inn i butikken. Hun roper på han og sier: "her er det en fyr som ser akkurat ut som deg, pappa!" Han ler og stiller seg undrende ved siden av henne. Hun peker så på en gul kanarifugl som mangler fjær på toppen av hodet. Faren bryter ut i latter og sier: "Så sannelig! Den der må nå være eldre enn meg!" Den ene ansatte bryter da inn og forklarer at fuglen er en ung vordende mamma som ivrig lager rede for første gang, hvor fjærene inngår som redemateriale. Sammen medgir de at fuglen ser nokså begredelig ut. Både de to ansatte og de to kundene ler lenge av sammenligningen.

Tørr humor - bokstavhumor

Denne humorformen passer i Holmes og Marras kategorisering helst innunder "enkeltbidrag", da det kun er et fåtall av kolleger som bygger videre på kommentarer eller små historier av denne formen (Holmes og Marra 2002: 1688, 1695). "Tørr humor" blir som humorform benyttet ved begge bedrifter og kjennetegnes her helst som humor dannet ved lek med ord og uttrykk. Med det menes også rim eller nesten-rim. Dette kan gå spesifikt på alt fra egennavn, kallenavn, produkter, varekampanjer og til skapelsen av små vitser. Humoren presenteres ofte som en tørrvittig replikk, gjerne monotont og med nøytralt kroppsspråk. Denne formen for humor kan se ut til å eksistere blant en minoritet av kollegene, og blir gledelig omtalt som "tørr". Humoren er naturlig nok hyppigst i bruk når flere av disse kollegene er samlet. Da

humoren generelt kan sies å favne et fåtall av de på arbeidsplassen, legges den således ofte vekk i møte med andre kolleger. Dette kan bygge på tidligere misforståelser og usikkerhet. Ved lageravdelingen og blant lastebilsjåførene i engrosvirksomheten var dette tilfellet da en av de ansatte stadig kom med slike små tørre bemerkninger og vitser. Hyppigst gjenspeilet det seg som opplagte svar på spørsmål fra kolleger, slik som i eksemplet nedenfor.

Midt på dagen kom en av lastebilene raskt ryggende inn til rampen, for å plukke opp noen manglende varer til en kunde. En gjeng med lagerarbeidere stod utenfor og røyket, hvorpå en av disse kommenterte den hurtige ryggingen. Lastebilsjåføren, som da stod opptatt med varelessingen, stopper opp og kommenterer tørt at det er det som skjer når han setter bilen i revers.

Som eksemplet illustrerer fører ikke nødvendigvis disse bemerkningene til latter, den tørrvittige humoren så dermed ut til å dempes og å avta med tiden. Særlig da den kan være grobunn for forvirring og misforståelser. Dette illustreres også i dyrebutikken hvor den ene kollegaen foretrekker en slik tørr humor og den andre ikke. Det kan se ut til at disse to bevisst unngår hverandre i en uformell sosial setting. Dette er antagelig grunnet en usikkerhet som beror på flere "humormisforståelser". Som en slags felles enighet om at den andre ikke er morsom, tuller og spøker de utelukkende med andre kolleger. Dette poengteres ved den profesjonelle omgangstonen seg i mellom. Dette eksemplet viser tydelig skillet mellom den formelle og uformelle sosiale arenaen i praksis, hvilket også er avgjørende blant de andre empiriske eksemplene. På denne måten sammenfaller disse to kollegenes adferd også med Gullestads tese om at når forskjellene blir for store, unngås de for å bevare sentrale verdier slik som eksempelvis harmoni på arbeidsplassen (Gullestad i Lien, Lidén og Vike 2001: 36). Eller som Bruun, Jakobsen og Krøijer framlegger vil måten kolleger samhandler på være til konstant forhandling og refleksjon, hvilket viser hva som er den forventede omgangstone (2011:2).

Kofferthumor

Denne seksualiserte humoren blir gjerne kalt "underlivshumor", men vil videre bli omtalt med informanternes egen betegnelse "kofferthumor". På grunn av kjønnsforskjellene ved bedriftene eksisterer kofferthumoren i engrosvirksomheten i stor grad i sammekjønnsgrupper, mens det i dyrebutikken er preget av flerkjønnsgrupper med hovedvekt av kvinner. Kofferthumor kan sies å falle inn i to ulike kategorier ved engrosvirksomheten og i dyrebutikken, i følge Holmes og Marras (2002) oppdeling. Engrosvirksomheten er i større grad preget av en konkurrerende humor, også når det kommer til kofferthumor. Med det menes at humoren i større grad brukes til å fremme seg selv og sitt, enn i dyrebutikken. Dette kjennetegnes eksempelvis av en større grad av egne "skrytehistorier" og erting kolleger i mellom. Dyrebutikkens ansatte synes heller å vektlegge personlige og pinlige historier - også av seksuell karakter. Derfor faller dyrebutikkens kofferthumor heller inn under solidaritetshumoren. Humor som innlemmer spøker av seksuell karakter er svært populær i dyrebutikken. Disse kan legges fram åpent, som en inkluderende form for humor. Dette gjøres eksempelvis hyppig av Morten, som spøker om egen legning, "gaydar" og evne til å sidestille seg med sine mange kvinnelige kolleger. Ved slike eksempler er ofte spøkene milde og generelle. Når de derimot finner sted i mindre grupper er de gjerne mer utleverende og av mer intim karakter. Slik kofferthumor deles helst med nære kolleger, eller jobbvenner, og finner for det meste sted i en mer privat setting. Som humorform tar denne særlig for seg utbroderinger av eget sexliv, eller som sådan frustrasjon i mangel på dette. I hvilken grad humoren er personlig utleverende avhenger altså av den sosiale arena den fremlegges på.

Hverdagslige eksempler på en allment nyttet kofferthumor er uttalelser som kan tolkes seksuelt, men ikke behøver å være ment slik. Denne doble betydningen av utsagn er en populær humorform, hyppig i bruk i både dyrebutikk og blant de yngre kollegene i engrosvirksomheten. Ved begge bedrifter legges typisk slike bemerkninger fram med overlegg, hvor gruppen til stede bryter ut i latter.

I dyrebutikken favner kofferthumoren vidt da de også kan inkludere kundemøter. Enkelte slike møter er dog så dagligdagse og repeterende at ansatte overhodet ikke finner de underholdende, men føler seg nødt til å spille med da kunder finner disse svært festlige. Dette

kan igjen sees i lys av Goffmans "front stage", hvor vennlighet og høflighet er ønskede verdier for den ansattes formelle rolle (1959). En gjenganger er forskjeller mellom kjønnene, for eksempel blant akvariefisk. I akvarieverden er det vanlig at hannen betraktes som penere enn hunnen. Hos mange arter er hannen både større, har lengre finner og er mer fargerik, hvilket ertende kommenteres av mannlige kunder som en adekvat framstilling av kjønnene - også hos mennesket. Et annet banalt eksempel fra akvarieverden som også ansatte antagelig har hørt for mange ganger til å finne underholdende er antall fisk av hvert kjønn som må til for å skape et harmonisk og fredfullt akvarie. En av de mest populære fiskesortene i Norge er guppy, en liten levendefødende fargerik fisk, hvor igjen hannen har størst finner og sterkest farger. Ansatte forklarer at hannene er fæle til å jage hunnene rundt i akvariet og det derfor er best å ha dobbelt så mange hunner som hanner for at ikke hunnene skal bli unødvendig plaget. Flere ganger i uka kommer bemerkninger om at det også burde vært en slik form for polygyni i menneskeverden. Denne kundehumoren finnes antagelig lite underholdende nettopp fordi den er såpass repeterende og ensformig.

I motsatt fall bruker også enkelte ansatte kofferthumor i møte med kunder. Denne er i stor grad kombinert med en flørtende og fleipende tone. Et eksempel på dette er da Morten hadde ekspedert en kunde og det lå igjen en lekemus til katt på disken, han løp etter kunden og ropte "du har glemt musa di!", hvorpå kunden svarte "Takk! Det hadde tatt seg ut å kommet hjem uten den!" og begge gikk leende i hver sin retning.

Som en av de mest populære humorformene, i hvert fall i dyrebutikken, kan kofferthumor altså fungere på et inkluderende, så vel som på et ekskluderende nivå. Det er nærliggende å anta at kofferthumor som solidaritetshumor i stor grad knytter ansatte sammen gjennom utlevering av til dels personlig informasjon. Ved å utlevere slik informasjon viser kolleger tillitt til hverandre. Disse personlige meddelelsene finner gjerne sted der hvor en hyggelig atmosfære råder, slik som når to kolleger deler en kanne med nytraktet kaffe og de spiser niste sammen, i en ellers folketom butikk. Dette er også beskrivende for de verdier som ønskes velkommen på arbeidsplassen. Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) verdi hygge antas derfor å være sentral for ideen om et godt arbeidsmiljø blant de ansatte i dyrebutikken. I den grad hygge aktivt søkes ved den uformelle sosiale arena vil verdien i seg selv også kunne bidra til

et midlertidig sosialt rom. Dette kan også illustrere dannelsen av et privat rom, i en ellers offentlig setting.

Slengbemerkinger

Slengbemerkinger, kommentarer som gies i korte ordelag i forbifarten, er kan hende den hyppigst forekommende humorform ved både dyrebutikk og engrosvirksomhet. Humoren kan ofte være enkeltbidrag, da den som regel kjennetegnes av en enkelt aktør. Grunnet humorens hyppighet og omgangstone kan den likevel også betraktes som en form for humorsekvens. Ikke bare gjentas de samme kommentarene hyppig, men de kan også bygges videre på av flere aktører. Likevel, mest åpenbart er det å betrakte slengbemerkinger innunder konkurrerende humor. Dette fordi denne humorformen hyppig brukes for å hevde seg selv på arbeidsplassen ved å kommentere andres mangler. Dette inkluderer alt fra glemsomhet, misforståelser, tidsbruk og prioriteringer. På en og samme tid kan altså slengbemerkinger operere som en felles humor og som en negativt ladet humor. Som humorform brukes slengbemerkinger ikke sjeldent ironisk og går aller helst spesifikt på den enkeltes utførelse av en arbeidsoppgave. Konkrete eksempler er kommentarer som: "Så effektiv du er da!", "Nå må du ikke jobbe for hardt nå da!" eller "Pass på så du ikke blir utbrent!". Rene kjerneeksempler på bruk av retorisk ironi. Også sarkastiske uttalelser anvendes hyppig: "jeg er ikke synsk, du må faktisk spørre meg om hjelp". Dette er på arbeidsplassen en alminnelig form for humor og omgangsform, som majoriteten av kolleger benytter seg av.

Som med alle humorformer er det også her individuelle forskjeller, hvor hyppigheten varierer kolleger i mellom. En av årsakene til at mange er varsomme med å bruke slike slengkommentarer, er at disse ikke alltid tas godt i mot av mottakeren. Det som synes å være en minoritet ved begge arbeidsplasser ser nemlig ut til å ta disse bemerkningene innover seg, og de kan med det tolkes som et personlig angrep. Det er påfallende at det i mange tilfeller synes å være en glidende overgang mellom slengbemerkinger og erting, eller i verste fall mobbing. Ved flere tilfeller ble slengbemerkinger og vennskapelig erting brukt nærmest synonymt av informantene selv. Erting kan således betraktes som en form for humor, særlig beskrivende i situasjoner hvor en aktør har "dummet" seg ut. Dette er ikke nødvendigvis kun forbeholdt en profesjonell arena, men kan like gjerne gjelde helgas utskjeielser. Dette er i all

hovedsak ment vennskapelig og det kan se ut til at mottakeren for denne humoren, i stor grad later som om hun eller han blir fornærmet, for så å le med de andre. Med bakgrunn i dette kan også erting ta en ikke-verbal vending. Et eksempel på dette er dyrebutikkens heltidsansatte Lisen som ble utsatt for en form for praktisk spøk. Lisen møtte en mandag opp på jobb, tilsynelatende sterkt motivert for å starte på en ny diett. På arbeidsplassen ble hun møtt med mengder av melkesjokolade, hveteboller, smågodt og kokosboller - alle matvarer med stadig tilbakevendende status som nistemater.

Slengbemerkinger synes som humorform å være en av de mest populære ved begge arbeidsplasser, dog kommer den synligere fram i dyrebutikken. På tross av humorens popularitet, uttrykker kolleger også en misnøye mot dens negative sider. Det blir tydelig at selngbemerkinger også kan skape dårlig stemning blant ansatte og ha en negativ innvirkning på arbeidsmotivasjonen. Dette synes å bero på den hyppige bruken av ironi og sarkasme, samt måten humoren indirekte kan brukes for å rakke ned på kolleger og/eller å hevde seg selv. Dette er også typiske trekk ved den generaliserte "konkurrerende humor" slik den innledningsvis ble lagt fram av Holmes og Marra (2002). Ved begge bedrifter er det en trend at de som ikke liker denne humorformen unngår den og derfor trekker seg unna vitsemakerne, jamfør Gullestads tese om ro og fred som ønskede verdier (Lien, Lidén og Vike 2001: 17).

Praktiske spøker

Avslutningsvis trekkes praktiske spøker fram da dette ser ut til å oppta en større del av den uformelle sosiale arbeidshverdagen, for enkelte aktører. På tross av humorformens heller fysiske manifestasjon, vil den i Holmes og Marras (2002) kategorisering antagelig passe best i båsens solidaritetshumor. Dette kan langt på vei forklares med humorformens forankring i den fellehumoren som råder på arbeidsplassen. Ved engrosvirksomheten blir praktiske spøker kanskje hyppigst gjennomført i bygningens sosiale kjerne, det felles kjøkkenet og spiserommet. Her kan nemlig virksomhetens tre avdelinger møtes og omgås. Både lagerarbeidere, sjåførere og kontorarbeidere står fritt til å oppbevare og å lage seg mat på kjøkkenet. De praktiske spøkene tar her gjerne form av heller uskyldige karakter. Beskrivende er eksempler hvor medbragt mat bytter plass eller havner på avveie, navnelapper byttes om, eller beskjeder blir skrevet på matemballasjen, eller på den store tavla hengende på

endeveggen. I denne settingen er det gjerne ikke klart hvem skøyeren er. Dette skiller seg fra dyrebutikken, hvor spøkeren ikke like enkelt kan skjule seg. Her er det særlig en spøkefugl som står for majoriteten av de praktiske spøkene. For denne spøkefuglen kan humorformen sies å benyttes med det formål å erte og lure kolleger. Normalt sett beveger humorformen seg i bølgedaler, hvor den så brått eskalerer, særlig hvis en eller flere kolleger lar seg provosere og blir med på leken. I slike tilfeller starter en påfølgende feide hvor spøkene dras lenger og lenger, til en av partene så trekker seg ut. I noen tilfeller glir også feiden over av seg selv, grunnet aktørenes behov for å rette fokuset over på noe annet (oftest jobbrelatert). Disse spøkene er som regel nokså uskyldige, slik som å gjemme bort gjenstander, særlig kontorutstyr. Videre kan spøkene innebære å sabotere en utførelsen av en jobb, ved å eksempelvis flytte på en stige eller en gitt vare. Typisk er dog denne eskaleringen hvor spøkene dras stadig lenger. For å tydeliggjøre dette vil det nedenfor gjengis en representativ feide mellom dyrebutikkens store spøkefugl Even og hans kollega Lisen.

Denne feiden startet med at Even hadde gjemt noe av kontorutstyret som ligger ved disken. Lisen som daglig bruker kalkulatoren, ble denne dagen nødt til å bruke sin private telefon, hvilket slett ikke falt i god jord. Hun klaget høylydt over Evens barnslige oppførsel og beklaget seg fordi det gikk utover arbeidet hennes. Da Even siden kom på jobb var snusboksen hans teipet godt igjen med gaffa-teip. Slik fortsatte knivingen dem i mellom i godt over en uke. Lisen som lettest lar seg irritere over Evens påfunn, ble svært opprørt da hun skulle hjem fra jobb og bilnøkkelen hennes var borte. Da så det ut til at Lisen hadde fått nok av de praktiske spøkene for godt. Even regnet dermed med en seier og godtet seg over dette. Godt og vel 14 dager senere kom det for en dag at Lisen likevel hadde toppet Evens narrestrek. Hun hadde gått inn i registeret hos en av butikkens fôrleverandører og endret navnet på Evens innmeldte hund fra Rex til Nasse Nøff. Da det denne dagen kom et brev i posten til Evens hund Nasse Nøff, resulterte det i mye latter i butikken. Even ble nødt til å si seg slått. Dette ble siden en historie som hyppig ble vitset om og trukket fram i ulike sosiale settinger, blant annet når arbeidsplassens gode kollegiale samhold ble trukket fram i kurssammenheng med flere andre butikker.

Historien ble således også inkorporert i den felles inkluderende humoren som råder på arbeidsplassen. Selv om størstedelen av de praktiske spøkene finner sted på arbeidsplassen, er

det også flere eksempler hvor spøker blir gjennomført på fritiden og dermed er av mer intern karakter mellom kolleger. Slike spøker er ikke nødvendigvis åpne for de andre kollegene og kan med det også vise til en sosial setting hvor ikke alle kolleger inkluderes.

Jeg har så langt beskrevet noen typiske trekk ved bruken av humor ved de to bedriftene. Disse er med på å skape et deskriptivt bilde av den unike humoren som eksisterer på arbeidsplassen. Det er nettopp den unike formen humor tar i møte med forskjellige kolleger og ved ulike sosiale arenaer jeg her har forsøkt å avdekke. I møtet med engrosvirksomheten kommer eksempelvis en konkurrerende humorform til syne. Denne humoren kan være kilde til negativitet kolleger i mellom, da den kan brukes til å fremme seg selv og å undertrykke andre. I tillegg benyttes humor aktivt for å få tiden til å gå ved ensformig arbeid, slik som pakking av varer i lageravdelingen. I dyrebutikken synes humorbruken mer todelt. Med det mener jeg at det til stadighet veksles mellom solidarisk humor og negative slengbemerkinger. Generelt synes kollegene i dyrebutikken å dele mer av seg selv og sitt privatliv. Selv om slike typiske trekk ved begge arbeidsplasser kan beskrives, vil jeg påpeke at denne korte framstillingen kun er å skrape på overflaten. For eksempel framgår det tydelig at individuelle humorpreferanser også er et viktig ledd for å forstå arbeidshverdagens konkrete humor og dens unike sammensetning. Dette ble for meg åpenbart da jeg oppdaget hvordan humoren kunne veksle avhengig av hvem som var tilstede. Humor kan således betraktes som en måte å uttrykke egen individualitet på. I tillegg nyttes humorpraksiser for å tematisere og å forhandle grensene mellom for eksempel formell og uformell jobbarena. Et godt eksempel på dette er bruken av ironiske og/eller sarkastiske slengbemerkinger hvor en ordre, eller kritikk, kan skjules bak en humoristisk tone. Slik brukes humor i den konstante forhandlingen mellom nytte og hygge.

Ved å analysere humor i lys av Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) grunnleggende dimensjoner som tid, sted og materialitet, ønsker jeg å bidra til forståelsen av hvordan personers humorpraksiser er til stadig refleksjon og forhandling. Først ut er tid, en dimensjon som synes særlig relevant ved beskrivelsen av overganger, slik som den mellom arbeid og pause. Tid kan således sies å markere prosesser av produktivitet og skaper med det en unik rytme ved arbeidsplassen. I tillegg blir humor aktivt nyttet for å få tiden til å gå. Likevel, humor synes å være sterkt situasjonsavhengig. Sted vil som dimensjon derfor være av stor viktighet. I engrosbedriften fremgår det at mye av humoren foregår i pausene hvilket blant

annet finner sted på kjøkkenet. Videre vil småpauser og røykepauser helst ta plass rett utenfor døren til lageravdelingen. Det som preger begge disse stedene er at de er mindre og mer personlige enn lagerhallen, hvilket også kan være med på å forklare den mer uformelle sosiale omgangstonen som her praktiseres. Stedet hvor humoren tar plass er derfor en viktig faktor for utformingen av den sosiale arenaen. Dette sammenfaller også med Linnets (2011) funn: "*Hygge* always seems to be connected with smallness of scale and to involve the social construction of spaces bounded from an exterior realm" (2011: 34).

Stedsdimensjonen forankres noe annerledes i dyrebutikken, hvor færre ansatte gjør at både spisepauser og andre småpauser vanligvis tar plass i samme lokale. Dette er antagelig også en medvirkende årsak til at arbeidsplassen bebos på en langt mer personlig måte, i motsetning til i lageravdelingen. Det personlige trekkes så aktivt fram i pausene. Dette viser seg eksempelvis som personlige gjenstander, slik som toalettsaker, klesskift, sko og jakker, samt kaffekopper, tallerkener og bestikk. I tillegg er det et mer personlig preg på butikkens innbo, for eksempel er det på datamaskinen bilder av ansattes kjæledyr, og det henger også slike bilder til pynt i butikklokalet. Sammen har de ansatte også kjøpt inn en felles kaffetrakter, og på rolige dager hører de på radio. Videre bringer enkelte ansatte med seg sin(e) hund(er) på arbeid, hvilket også kan betraktes som en måte å skape en mer uformell arbeidsarena. Dette sammenfaller også med den siste dimensjonen, nemlig materialitet. Ved engrosbedriftens lageravdeling synes det å være helt andre typer materielle objekter som symboliserer og bærer "arbeidssosialiteten". Her er det lite rom for selv å kunne prege arbeidsplassen materielt. Lageravdelingen består av et stort og åpent kvadratisk rom, med høye metallreoler i flere rekker. Langs den ene vegg er utkjøringsrampen for lastebilene og her stilles de ferdig pakkede pallene sirlig opp på tre rekker. I denne delen står også en større krympeplastmaskin, som et siste ledd i pakkeprosessen. Lagerhallen gir lite rom for en personlig beboelse av arbeidsarenaen, slik det gjøres i butikklokalet. I dyrebutikken synes utformingen av en mer personlig jobbarena nærmest å skape en form for halvveisoffentlighet for de ansatte. De materielle objektene som her blir trukket fram danner et bilde av hvordan humor og sosialitet er heller stedsmediert. Ved lageravdelingen tydeliggjøres det hvordan objektene heller retter seg mot en offentlig produksjonssosialitet, framfor en privat og hjemmekoselig form for sosialitet.

Jeg har her valgt å trekke inn Bruun, Jakobsen og Krøijers (2011) tre dimensjoner med det formål å vise hvordan humor kan være et nyttig aspekt når et arbeidsetos skal beskrives. Av de verdier som Bruun, Jakobsen og Krøijer trekker fram, "hygge, fællesskab, rummelighed og hjemlighed", synes særlig hygge og fellesskap å være ønskede verdier ved begge arbeidsplasser (2011: 2). Som det fremgår ved de ovenfornevnte humorkategorier og empiriske materiale manifesterer hygge seg som verdi sterkest i dyrebutikken. Det gjør også hjemlighet, som kan sees i tilknytning til materialitet. Det illustreres gjennom bruk av gjenstander som et aktivt hjelpemiddel for å skape et mer hjemmekoselig miljø. Ved engrosbedriften blir eksempelvis dette poengtert på kontoret hvor potteplanter og innrammede bilder setter sitt hjemmekoselige preg på arbeidsplassen.

Humor - et verktøy for dannelsen av sosiale pusterom

Humor kan være et virkningsfullt verktøy for å fremme trivsel og en god tone blant kolleger på arbeidsplassen. Et inntak for å se nærmere på dette er å se på humor som en døråpner til det Linnet omtaler som "midlertidige sosiale rom", hvor temporalitet er et nøkkelbegrep (2011). Dannelsen av ulike sosialiteter blir her viktig for forståelsen av de verdier som ilegges de ulike sosiale rommene. Det være seg ønskede verdier som blant annet fellesskap, fred og ro, kos og hygge.¹² Disse kan stå i direkte kontrast til sider ved arbeidslivet som er preget av konkurransejag, stress og prestasjonskrav. Ved å vise til dikotomien privat-offentlig, vil de ovenfornevnte verdier plasseres i hver sin bås. Av de verdier som vanligvis finner sted i den private sfære, står hygge frem som et viktig ledd i dannelsen av den ideelle og ønskelige måten å være sammen på. Som verdi kan hygge beskrive en sosialitet hvor det formelle og instrumentelle midlertidig legges til side (Linnet 2011: 23). Hygge brukes i denne kontekst således kontrasterende til den offentlige sfære med dens formelle relasjoner. Når humor så trekkes inn i den offentlige sfæren, kan dette være en måte å skape et sosialt rom med en hyggeligere og mer avslappet atmosfære. Dette kan være et mål i seg selv da konkurransejag og stress for en stund kan legges til side, ved å trekke inn ulike hjemlige verdier. Nærhet, samhold og trygghet er eksempler på slike verdier som kan trekkes med seg inn i en formell arbeidssetting. Det kommer for eksempel til uttrykk ved hjelp av konsum, som ved å by en kollega på hjemmelaget mat, eller å dele et måltid. En annen måte er materielt, eksempelvis

¹² For mer om sosialiteter og ulike verdier se Bruun, Jakobsen og Krøijer (2011).

gjennom en personliggjøring av eget arbeidssted. Dette synliggjøres ved bilder og plakater hengt opp på garderobeskapet, egen kaffekopp og innrammede bilder på kontorpulten.

Humor brukes således som et virkemiddel for å innføre noe personlig, samt åpne for den uformelle sosiale arena ved begge arbeidsplasser. I praksis brukes humor som en metode for å dele av seg selv og å bringe det personlige inn i en arbeidssetting. Bruken av humor i dannelsen av personlige "pusterom" på arbeidsplassen sammenfaller med prosessen Linnet kaller "midlertidige tilfluktssteder" (Linnet 2011: 22). Humor kan som et sosialt pusterom gi uformell næring i formelle situasjoner. Med det mener jeg at humor kan tjene til å løsne opp i en ellers formell og spent situasjon. Et eksempel på dette er da flertallet av dyrebutikkens ansatte var på en kurshelg med eksterne foredragsholdere, med flere kurs på dagtid og en finere middag på kvelden. Kurset fant sted på et konferansehotell i en annen landsel og med kursdeltakere fra hele landet. Etter at de ansatte hadde vært på to foredrag tok den tredje foredragsholderen ordet. Denne kursholderen begynte foredraget svært uformelt og fleipende. Denne innledende humoristiske tonen ble så beskrivende for de videre diskusjonene. Ved å bruke humor og selvironi for å avskrekke i en formell setting klarte denne foredragsholderen å involvere ansatte som vanligvis ikke ville tatt ordet. Dette resulterte også i et større samhold i gruppen av ansatte, med diskusjoner og samtaler omkring kurstemaet langt inn i den påfølgende middagen. Dette eksemplet viser hvordan humor kan virke avskrekkende i formelle settinger. Ved engrosvirksomheten blir dette tydeliggjort blant en av yrkessjåførene, som aktivt bruker humor i utfordrende kundemøter. På grunn av forsinkelser ble han møtt med sure miner da han skulle levere en butikks bestilling. Den ansatte i butikken var svært misfornøyd med tidspunktet bestillingen ble levert på. Yrkessjåføren benyttet da aktivt en selvironisk humor, både for å framstå unnskyldende og å plassere seg selv i en posisjon hvor den butikkansatte følte seg hevet over sjåføren. Denne måten å håndtere en lei situasjon på så ut til å fungere, da den ansatte til slutt vedgikk at det ikke var sjåførens skyld at varene ble levert altfor sent.

Rutinearbeid

I engrosvirksomhetens lageravdeling er mesteparten av arbeidet preget av rutinearbeid, faktisk i så stor grad at de ansatte fast ruller på arbeidsoppgaver for variasjonens skyld. Minst

populært er det å pakke varer for hånd, da dette er små produkter og derfor som mer detaljarbeid å regne. Mest populært er det å gjøre unna bestillinger i større kvanta med god hjelp av trucken, da disse går raskere å fullføre. Videre kan også rutinearbeid sies å eksistere tidvis for både yrkessjåførene og for kontorarbeiderne. Særlig for yrkessjåførene som kjører en fast rute er dette blitt en innøvd arbeidsoppgave. Også i dyrebutikken er det flere daglige rutineoppgaver som må gjennomføres. Dette gjelder spesielt arbeidsoppgaver som å mate dyr, rydde, åpne og stenge butikken, og å ta kassaoppgjør. Ved alle disse arbeidsstillingene, har de rutinepregede arbeidsoppgavene det til felles at de kan gjøres på autopilot, ofte som en form for kroppsliggjort eller taus kunnskap (Mauss 1973). Siden kunnskapen sitter i hendene kan oppgavene utføres samtidig som personen kan tenke på noe annet. Et godt eksempel på en slik situasjon er da en av dyrebutikkens ansatte fikk spørsmål om hva låskoden til ansatt-toalettet var. Vedkommende var da ikke i stand til å si koden, men gestikulerte med den ene hånden for å huske tallene. Da dette feilet måtte hun bli med bort til toalettet for selv å taste inn den firesifrede koden. I det øyeblikk hun tastet inn koden kunne hun med selvfølgelighet også si tallene høyt. Slik taus kunnskap kan sies å være med på å gi "midlertidige tilfluktssteder" i egen arbeidshverdag, da det gir rom for videre tankeflyt og åpner opp for samtale om andre temaer (Linnet 2011: 22). Den jobbsosialitet som eksisterer ved vanearbeid brytes altså opp i møtet med andre former for sosialitet, slik som en gitt humorsosialitet. Humor blir således en måte for de ansatte å bryte ned ensartede arbeidsoppgaver på flere nivåer. Både i den forstand at humor kan bidra til at tiden går fortere. Samtidig kan humoren virke motiverende. I tillegg kan den holde eget og andres humør oppe. Slik sett kan den være en direkte påvirkningskraft for ansattes arbeidsdisiplin, da det knytter det den uformelle humoren har å by på med de formelle krav arbeidet krever. Slik nyanseres også det samlede bildet av arbeidsetoset ved bedriftene.

Humor og motstandsskaping

Ved å ta utgangspunkt i humor som en dimensjon ved den arbeidssosialitet som eksisterer ved bedriftene, kan også andre dimensjoner som påvirkes av humor avdekkes. En viktig dimensjon i denne sammenheng er motstand og hvordan denne kommer til uttrykk. Selv om humor først og fremst gir et overhengende bilde av fellesskapsfølelse og jobbtilfredshet, vil humor også fungere som et inntak for å forstå og markere motstand og eksklusjon. Hyppige eksempler gjør seg gjeldende i settinger med et tydelig skille mellom "vi" og "de(n) andre".

Ved begge bedrifter kan dette vise seg som motstand til enkeltpersoner i arbeidshverdagen, slik som en kollega, leder eller en kunde. Motstandsskaping kommer i slike settinger til uttrykk ved en hovedsakelig indirekte humorform. Denne kan enkelt og tydelig vise hvem som er inkludert og ikke. Intern humor er således en banal humorform for å i praksis vise motstand til enkeltpersoner eller større grupper, innad i bedriften. I tillegg vil humor- og motstandsformens væremåte åpenbart kunne karakteriseres som konfliktsky. Et trekk som i høyeste grad sammenfaller med konstruksjonen av symbolske gjerder, slik det blir lagt fram av Gullestad (i Lien, Lidén og Vike 2001: 17). Dette er med på å illustrere hvordan åpen konflikt unngås så langt det er mulig. Ved å ta avstand til "de(n) andre" på denne måten, opprettholdes langt på vei de generelle og ønskede overhengende verdier slik som for eksempel trygghet og ro. En annen og langt mer direkte form for motstandsskaping kommer til uttrykk ved slengbemerkinger og hyppig bruk av ironi og sarkasme. I bruk ved motstandsskaping synes denne humoren å bistå som et hjelpemiddel: en måte å være ærlig på, samtidig som det hele kan spøkes bort og bortforklares. På denne måten framstår kanskje også denne humoren som en form for et "symbolske gjerde", om enn i noe mindre grad enn ovenfor (i Lien, Lidén og Vike 2001: 17)¹³. I dette tilfellet tas konflikter og irritasjonsmomenter opp, men skjules bak en fasade av humor. Motstand kan således markeres ved å trekke inn bestemte humorformer.

Videre kan også humor uttrykke motstand mot en rekke andre sider ved arbeidshverdagen. Det være seg ved konkrete arbeidssituasjoner og arbeidsoppgaver, til forventninger og produksjonspress/salgspres/effektivitetspress. I hverdagen kommer dette til syne ved alt fra arbeidstider, arbeidsoppgaver, antall ansatte på jobb, lønnssetser til skiftordninger. Den deltidsansatte lagerarbeideren Håkon framstår som representativ for lagerstaben med sin måte å markere motstand gjennom humoropptredener. Han uttrykker seg eksempelvis sarkastisk når han stempler ut for dagen, for å vise sin misnøye over "å bli overvåket av de høyere opp". Håkon markerer på samme måte en viss motstand mot daglig leder, ovenfor sine lagerkolleger. De tilbakevendende temaene er da at han ikke føler han (og kollegene) blir hørt eller sett på arbeidsplassen. Generelt synes motstand og misnøye mot konkrete tiltak ved bedriften tydeligere enn den mot enkeltpersoner. Humor brukes på denne måten for å gi uttrykk for misnøye, uten å bryte de gjeldende sosiale normer. Dette viser Håkon gjennom

¹³ For mer om "symbolske gjerder" se Gullestad i Likhetens paradokser.

hans måte å uttrykke motstand med hjelp av humor, uten å bryte med den aksepterte jobbsjargongen. Slik blir det klart at humor kan være med på å utfordre de etablerte formelle arbeidskravene, om enn i en mer uformell setting. Dette blir viktig fordi Håkons utfall godtas av kolleger og dermed kan sies å vise til en felles moral. På så måte kan humor bidra til å tematisere motstand.

Skøyerne på topp i det sosiale hierarkiet

- Humor og status

When researchers began to study humorous communication empirically, its relation to status was soon discovered. Anyone who makes other people laugh has, as Coser (1960) states, momentary control of the situation. Using humorous remarks, an actor can redefine a situation and redirect peoples' attention. To this extent, humor in formal contexts is linked to high situational status and can affirm one's dominance in the hierarchical social structure.

Kotthoff 2006: 8

Som Kotthoff viser er det en sterk kobling mellom humor og status. Denne koblingen kan tillegges et ekstra nivå ved å trekke inn Bruun, Jakobsen og Krøijers verdimestringshierarki (2011: 2). Ved å se dette i sammenheng kan flere sider ved det uformelle arbeidshierarkiet på arbeidsplassen avdekkes. For eksempel synes det å være en idé om at de aktører som besitter en høy sosial status også har en høy hierarkalsk posisjon. Ved å titte nærmere på det uformelle hierarkiet som kan sies å eksistere ved gitt arbeidsplass, kan også et spesifikt arbeidsetos avdekkes. For å gå et slikt verdihierarki nærmere i sømmene, må hierarkiets viktigste verdier først beskrives. Ved begge bedrifter står verdier som egalitet, respekt og selvhevdelse fram som kjerneverdier. Hyggebegrepet synes også å være deskriptivt for den sosiale arbeidsarenaen i dyrebutikken og vekselvis på pauserommet i engrosvirksomheten. I utgangspunktet trekkes hygge fram i uformelle settinger, men det viser seg at det også er en verdsatt verdi i mer formelle situasjoner (som kake og kaffe på personalmøtet). Dette kan sees i sammenheng med Linnets (2011) beskrivelser av hygge, som representerende for en stil å

være sammen på (2011: 22-23). Dette hyggekonseptet står sentralt i arbeidshverdagen og passer også godt sammen med de verdier humor overordnet kan sies å uttrykke.

For å tydeliggjøre koblingen mellom humor og status, trekkes Bruun, Jakobsen og Krøijers verdihierarki inn for å vise hvordan hierarkier kommer til uttrykk på steder som i stor grad regnes for å være egalitære (2011: 2). Slike uformelle sosiale hierarkier kan sies å bli skapt som følge av personers ulike forutsetninger for å mestre de korrekte formene for sosialitet. Dette kommer også til syne ved humorformene som opererer i ulike sosiale settinger, i både tid og sted. For eksempel ser det ut til å være en parallell mellom det sosialt uformelle hierarkiet og hvilke humorformer som så forventes å bli benyttet. Jeg observerte et tydelig skille mellom ansatte som er fortrolig med jobbhumoren og nyansatte som fremdeles er under "opplæring" hva angår normative forventninger og en sosialt akseptert adferd. Kort sagt må nyansatte lære hva som kan spøkes med og ikke. En annen forskjell er i følge Kotthoff (2006) å finne i det formelle jobbhierarkiet, hvor de i toppsjiktet enklere kan spøke om og med de under seg, enn omvendt. Det Kotthoff (2006) her tar opp synes å bekrefte egne funn og vil drøftes videre nedenfor.

Ansattes posisjonering i det sosiale hierarkiet

I tråd med Kotthoff (2006) vil det uformelle sosiale hierarkiet sees i skyggen av det formelle hierarkiet. Først og fremst betyr dette at dess høyere en aktør befinner seg i bedriftens formelle strukturelle oppbygning, dess enklere er det å spøke med de under seg. Dette kan betraktes som et virkemiddel for å vise egen posisjonering i arbeidshierarkiet. På den måten kan humor knyttes til det å undergrave eller å håne andre. Den kan derfor brukes både indirekte og direkte som et virkemiddel for å vise ens hierarkiske posisjonering. I tillegg vil aktører i toppsjiktet enklere kunne bruke humor når de selv ønsker:

The most frequent targets of the senior staff were junior members; the humor of the latter, however, was more frequently aimed at patients and their relatives as well as at themselves. Thus it seems that not only the frequency of humor, but also its direction tends to reflect and reproduce existing authority structures. In formal situations, humor tends to be directed at people who have no authority over the initiator.

Kotthoff 2006: 9

I det nedre sjiktet av arbeidshierarkiet er det altså mindre spillerom for humoristiske innslag. Særlig av den type som sparker oppover i den formelle arbeidsstrukturen. En av hovedårsakene til dette er faren for å utfordre autoritære relasjoner på arbeidsplassen (Kotthoff 2006: 10). En heller selvironisk humorform er dermed vanligst for de som er i den nedre delen av hierarkiet. Denne blir benyttet for å vise egen forståelse av den eksisterende hierarkiske strukturen. Likeledes brukes denne formen for humor som en metode for å komme nærmere, ved å la andre spøke på egen bekostning (Kotthoff 2006: 10). Lars, daglig leder ved engrosbedriften, benyttet seg til stadighet av denne selvironiske humoren. Dette strider i mot Kotthoffs (2006) poeng og den formelle hierarkiske oppbygningen. Lars benyttet seg nemlig av ulike humor i ulike kontekster og det ble klart at denne selvironien fungerte som et hjelpemiddel for å sidestille seg med sine ansatte. Det ser ut til at han følger verdihierarkiet for å vise korrekt arbeidssosialitet. Da hverken dyrebutikken eller engrosvirksomheten har en sterkt utpreget hierarkisk formell struktur, brukes humor lite på denne ovenfra-og-ned måten Lars benytter seg av. Et uformelt hierarki synes likevel å være tydelig til stede ved begge arbeidsplasser. Disse kjennetegnes av faktorer så som ansiennitet, evnen til å gi av seg selv, produktivitet og kunnskap. Det uformelle hierarkiet kan også framstå som situasjon- og stedsavhengig. På lageravdelingen synes det uformelle hierarkiet å bli preget av effektivitetsnivå, hvor det er prestisje å være den mest produktive arbeideren. De som befinner seg på topp kan derfor komme med humoristiske sleivspark nedover, uten at dette vekker særlig oppmerksomhet. På samme måte gir det i dyrebutikken høy status å være en god selger, med et høyt snittsalg. Også det å besitte relevant jobbkunnskap kan blant kolleger i dyrebutikken gi en høyere posisjonering i det uformelle sosiale hierarkiet. Videre er det ved begge bedrifter også et skille mellom ansatte, i den forstand det gir en viss status i forhold til hvor lenge de har vært ansatt. Nytilsatte viser at det kan være vanskelig å ta del i de humoristiske praksisene uten først å forstå de uformelle sosiale regler. I den grad dette skjer vil det normalt sett anvendes en ikke-truende form for humor, og da ofte med dem selv i hovedrollen (Hemmasi 1994: 116).

Den gjengse oppfatning ved begge bedrifter er at de som besitter en plass høyt oppe i det uformelle sosiale hierarkiet har en rekke iboende egenskaper som verdsettes av kolleger. Det ble tydelig at de ulike egenskaper til noen grad ble verdsatt ulikt blant kolleger. Dette ble synlig da informanter forklarte hvem de synes var mest morsomme og underholdende på

arbeidsplassen og hvilke personlige egenskaper som bidro til dette. Jeg vil derfor vise til noen av de verdier som til stadighet ble brakt på bane. Først og fremst ble det å være "munnrapp", "ta ting på kornet" og "å alltid ha en kommentar på lur" trukket fram som kjennetegn ved de(n) som ble ansett for å være de mest underholdende. Videre ble evnen til å inkludere og å skape en god atmosfære også trukket fram som gode verdier hos de(n) på topp. Nedenfor greier Lisa ut om den hun finner mest underholdende på jobb:

Ja, selvfølgelig kommer det an på kjemien mellom folk. Men noen tar større plass enn andre også. Så merker man når de ikke er på jobb. Stemninga er alltid bedre når jeg jobber med Morten for eksempel. Da er det go'stemning! I går kom han halv tre, bare så vi kunne spise sammen før han begynte. Og så bare gyva vi løs på arbeidet og fikk på plass pallen med varer skikkelig fort. Så ikke på det som jobb en gang, fordi vi lo hele tida!

Lisa, dyrebutikk

Dette sitatet viser hvordan vennskap og arbeid også kan fungere sammen og ikke alltid betraktes som motstridende roller i en arbeidssetting. Videre synes en rekke verdimestringshierarkier sammen å påvirke det uformelle arbeidshierarkiet. Her er altså humor og status tett knyttet sammen. Som Ortner bemerker må makt og status også vies oppmerksomhet ved en etnografisk analyse, når hegemoniske trekk skal belyses (1989). Hvordan humor brukes og forstås vil kunne variere sterkt, men et vedvarende trekk synes å være individets ønskede sosiale posisjon. Humor kan således sies å vise til større strukturelle forhold på arbeidsplassen. Både dyrebutikken og engrosbedriften synes utad å fremme egalitet som en verdi, hvor den største formelle forskjellen er den mellom daglig leder/butikksjef og ansatt. Dette jevnes i mange tilfeller ut da humoren kan underspille en slik forskjell. Dette sammenfaller i stor grad med Linnets beskrivelse av verdihierarki, hvor den som mestrer de ønskede verdier på arbeidsplassen stiger oppover i det uformelle hierarkiet. På den måten kan personlige egenskaper og forhandling av verdier telle mer enn en formell arbeidsstilling.

Oppsummering

Jeg har i dette kapittelet argumentert for at humor er et fruktbart inntak for å bedre forstå arbeidsplassen og dens kompleksitet. Det blir tydelig at humor i så måte både opererer på et individuelt og et felles nivå. Individuelt kan den forhandles bevisst og ubevisst, for å følge den sosialitet og dets verdier som eksisterer og verdsettes ved gitt bedrift. I fellesskap er denne sosialitet også under konstant refleksjon og forhandling. På så måte framgår det at humor best kan forklares som situasjonelt betinget. Dette har blitt tydelig gjennom en rekke eksempler på ulike humorkategorier i bruk ved begge bedrifter. Jeg har vist at historiefortelling og slengkommentarer er de hyppigst benyttede formene for humor på begge arbeidsplasser. Kanskje kan dette forklares ved at de utfyller hverandre i termer av inklusjon og eksklusjon? På samme tid kan de også betraktes som funksjonelle ved både en privat og en offentlig arena, samt den halvveisoffentlighet midt i mellom disse to. Uansett, de vil kombinert med de andre humorkategorier være med på å danne et deskriptivt bilde av den konkrete jobbhumor som eksisterer ved hver bedrift. Dette blir klart ved å betrakte den unike humorsammensetningen. Komparativt danner dette et generalisert bilde av dyrebutikken som en i høyere grad sosial arena hvor humor vektlegges og vennskap har langt enklere for å oppstå. Dette står i kontrast til engrosvirksomheten hvor et tydelig effektivitetspress skaper mindre rom en aktiv bruk av humor og for vennsksapsrelasjoner.

Jeg har brukt humor som inntak til å synliggjøre det Bruun, Jakobsen og Krøijer (2011) betegner som autentiske former for "korrekt" sosialitet. De trekker særlig fram den overordnede verdien av hygge i Danmark og Skandinavia forøvrig. Mitt materiale viser også at ved begge bedrifter står hygge fram som en sentral verdi og ser ut til å være en integrert del av dannelsen av sosiale pusterom - på tross av bedriftenes ulike sosio-materielle forutsetninger for å realisere verdien hygge. Dette er typisk ved spisepauser, små pust i bakken, ved samtaler og ved ulike arbeidsoppgaver som muliggjør en slik omgangsform. Særlig ved rutinepreget arbeid brukes humor og evnen til å ha det hyggelig sammen som en måte for å få tiden til å gå. Ved å betrakte hygge som en kjerneverdi på arbeidsplassen blir det også tydelig at mindre hyggelige settinger, slik som for eksempel krangling og mobbing, ikke er en ønsket del av den sosiale arena. Dette synliggjøres i praksis ved at pågående personkonflikter sjeldent tas opp direkte, men heller gjemmes bak en fasade av humor. Utbredelsen av en slik konflikthåndtering kan peke på de etablerte verdier og den ønskede

arbeidssosialitet. På sett og vis kan hygge, som i et verdimestringshierarki, illustrere hvorfor åpen konflikt ikke er forenlig med de ønskede verdier på arbeidsplassen. Dette samsvarer også med Gullestads framleggelse av fred og ro som ønskede verdier (Lien, Lidén og Vike 2001).

På tross av at de metodiske utfordringene knyttet til det å identifisere nøkkelverdier, mener jeg likevel at følgende verdier framstår som sentrale ved begge arbeidsplasser: hygge, ro, fred, likhet, likeverd, egalitet, harmoni og tilhørighet. Disse kan således sies å være beskrivende for den gjeldende sosialitet ved bedriftene. Ved å analysere disse kjerneverdier dannes et bilde av hva som forventes og ønskes på arbeidsplassen. Hygge har ved beskrivelsen av humor særlig blitt trukket fram, og synes på sett og vis å forme en egen "hyggesosialitet". Også her synes en hierarkisk struktur å synliggjøres, da de som mestrer hyggekonseptets gjeldende forventninger gjerne er å finne på toppen av det uformelle sosiale hierarkiet. Disse forventningene beskrives av informanter som evnen til å inkludere, skape en positiv og god stemning, og "å ta ting på kornet" når det spøkes. Slik vises altså hvorledes en tilsynelatende uformell sosial arena preges av hierarkiske strukturer. Jeg har trukket fram disse verdiene gjennom kapittelet for å undersøke om disse kan være beskrivende for en egen "humorsosialitet". Gjennom en rekke eksempler av ulike humorformer synes dog humorbruken ved bedriftene å romme så store variabler at en konkret "humorsosialitet" vanskelig lar seg beskrive i klartekst. De store variasjonene til tross, humor synes å være et viktig aspekt ved en rik etnografisk beskrivelse av den overordnede sosialitet. Teoretisk har sosialitetsbegrepet blitt benyttet for å vise til den konstante forhandlingen og refleksjonene som gjøres omkring de vektlagte verdier. Når sosialitet så har blitt knyttet til et overordnet arbeidsetos, er det for å bedre vise sammenhengen mellom informantens underliggende forståelse av seg selv og sin verden. I så henseende har analysen vist hvordan en tilsynelatende uformell arena også preges av hierarkiske strukturer, hvor evnen til å mestre de verdier lagt til grunn gir status. Slik kan Geertz' etosbegrep gis større mening ved å innlemme sosialitetsbegrepet. Etosbegrepet synes på så måte å være en vid overhengende arbeidssosialitet hvilket rommer arbeidsplassens mange verdimestringshierarkier.

Avslutning

Jeg har i gjennom denne teksten vist hvordan Gullestads (2001) og Barnes (1954) arbeid med likhet enda synes å være av relevans i møte med Norge som antropologisk region. Dette blir med mitt eget empiriske materiale særs tydelig gjennom Gullestads "situasjonsdefinisjoner", hvor det to parter har til felles trekkes fram og viktiggjøres (Gullestad i Lien, Lidén og Vike 2001: 35). Det som finnes av større ulikheter mellom partene holdes borte fra relasjonen. Paradoksalt nok åpner en slik samværsstil av likhet også opp for individualitet. Likhet brukes på denne måten for å bekrefte seg selv. Gullestad skriver: "dette betyr at likeverd forstått som likhet ikke nødvendigvis er observerbar likhet, men en stil som fremhever det som oppfattes som likt" (Gullestad i Lien, Lidén og Vike 2001: 35). Dette er også forenlig med mitt materiale fra dyrebutikken og til dels ved engrosbedriften, hvor de som betrakter hverandre som like gjerne utvikler vennskapsrelasjoner og de som betraktes som for ulike unngås på den sosiale arenaen. Jeg valgte så å utfordre likhetstankegangen ved å trekke inn sosialitetsbegrepet. Dette for å vise hvorledes likhet kan være en av flere verdsatte former for sosialitet. Ved å heller åpne for en bredere analytisk inngangsport, mener Bruun, Jakobsen og Krøijer (2011) å kunne skape et mer nyansert bilde av regionen. Dette har jeg forsøkt å illustrere ved å vise til de ulike verdier som er med på å forme den uformelle sosiale arena ved begge arbeidsplasser. Disse verdiene har så blitt betraktet i lys av verdimestringshierarkier, hvilket har blitt trukket gjennom oppgaven som en rød tråd. Det blir tydelig at verdier og dets sammenheng med normativt regulerbar adferd påvirker individets opplevelse av eget arbeid.

Oppgaven er i stor grad et komparativt arbeid gjort med det formål å vise likheter og forskjeller ved to norske bedrifter. Jeg har systematisk forsøkt å utfordre grensene mellom formell og uformell, ved å trekke fram hvordan uformelle sosiale arenaer kan skapes i det som i utgangspunktet oppleves som en formell og offentlig arena. På denne måten kommer et felles samhandlingsfelt til syne. Det er dette samhandlingsfeltet og det spenningsforholdet som eksisterer her jeg ønsker å tydeliggjøre. Ved å trekke inn likhet som verdi, samt andre nøkkelverdier som hygge og tilhørighet ved arbeidsplassene viser dette til bedriftenes unike sosialitet. Engrosvirksomheten preges eksempelvis av et effektivitetspress som gjør det vanskelig å skape en sosial arena underveis i arbeidet. I tillegg fører dette arbeidspresset i

lageravdelingen til en "røffere" humor og tone kolleger i mellom. Det er også et større konkurransepreg her. Dette står i kontrast til den arbeidssosialitet som eksisterer ved dyrebutikken hvor den uformelle arenaen er en viktig del av arbeidshverdagen for de ansatte. En medvirkende faktor ved beskrivelsen av forskjellen mellom lagerhall og dyrebutikk er også forskjell i antall ansatte på arbeid. I dyrebutikken hvor det er få på jobb av gangen lærer også disse å kjenne hverandre bedre. Muligheten for å samtale underveis på arbeid synes i dyrebutikken å skape et større samhold og flere vennskapsbånd.

Jeg har i oppgaven argumentert for at et fokus på vennskap og humor kan være med på å forme et analytisk arbeid hvor en formell og en uformell arbeidsarena knyttes sammen. Dette fokuset har vist hvordan kolleger navigerer seg fram i krysspunktet mellom den formelle og uformelle arbeidsarenaen gjennom situasjonsdefinert og normativt regulert adferd. Denne navigeringen av grensesetting mellom personlige og jobbrelaterte hensyn synliggjør hierarkiske strukturer også i den sosiale arena.

Litteraturliste

Barnes, John A.

1954 Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, Vol. 7:39-58.

Barth, Fredrik 1993 *Balinese Worlds*. Chicago: The University of Chicago Press.

Beer, Bettina

2001 "Anthropology of Friendship",
International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, Elsevier
Science Ltd.

Bernard, Russel H.

1994 "Participant Observation". *Research methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage Publications

Boissevain, Jeremy

1979 "Network Analysis: A Reappraisal." *Current Anthropology*, Vol. 20, No. 2, pp 392-394

Brochs-Haukedal, William 2010 *Arbeids- og lederpsykologi*. Cappelen akademisk forlag, Bergen.

Bruun, Jakobsen og Krøijer

2011 "Introduction. The Concern for Sociality - Practicing Equality and Hierarchy in Denmark. *Social Analysis*, Vol. 55, Issue 2 (Summer 2011)

Einarsen, Ståle

Arbeidstilsynet.no

<http://www.arbeidstilsynet.no/arbeidervernartikkel.html?tid=89778>

Ferguson, James & Akhil Gupta

1997 "Discipline and Practice: "The Field" as Site, Method, and Location in Anthropology". *Anthropological Locations: Boundaries and Grounds of a Field Science*. University of Chicago Press

Frøystad, Kathinka (2003): Forestillingen om det "ordentlige" feltarbeid og dets umulighet i Norge (32-34), i (Red) Rugkåsa, Marianne & Thorsen, Kari Trædal; *Nære steder, nye rom. Utfordringer i antropologiske studier i Norge*. Gyldendal Norsk Forlag, Oslo

Geertz, Clifford

1957 "Ethos, World-View and the Analysis of Sacred Symbols"

The Antioch Review, Vol. 17, No. 4, pp. 421-437

Gullestad, Marianne 1984 *Kitchen-Table Society: A Case Study of Family Life and Friendships of Young Working-Class Mothers in Urban Norway*. Oslo: Universitetsforlaget.

Goffman, Erving 1959 *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.

Hemmasi, Masoud

1994 "Gender-Related Jokes in the Workplace: Sexual Humor or Sexual Harassment?" *Journal of Applied Social Psychology*, Volume 24, Issue 12, p. 1114-1128.

Holmes, Janet og Marra, Meredith

2002 "Having a laugh at work: how humour contributes to workplace culture" *Journal of Pragmatics* 34, Issue 12, p. 1683-1710

Holy, Ladislav 1996 *Anthropological Perspectives on Kinship*. Pluto Press, London.

Hruschka, Daniel J. 2010 *Friendship: Development, Ecology, and Evolution of a Relationship*. University of California Press. Berkeley and Los Angeles, California.

Hylland-Eriksen, Thomas 2010 *Små steder, store spørsmål*. Innføring i sosialantropologi. 3. Utgave. Universitetsforlaget, Oslo

Jenkins, Richard

1996 *Social identity*
Routledge, London and New York

Kotthoff, Helga

2006 "Gender and Humor: The State of The Art"
Journal of Pragmatics 38, p. 4–25

Lange, Birgitte & Marit Slagsvold 2003 *Venner for harde livet. Skråblikk på moderne vennskap*. H. Aschehoug & Co (W. Nygård), Oslo.

Lien, Lidén og Vike 2001 *Likhetens paradokser. Antropologiske undersøkelser i det moderne Norge*. Universitetsforlaget, Oslo.

Linnert, Jeppe Trolle

2011 "Money Can't Buy Me Hygge. Danish Middle-Class Consumption, Egalitarianism, and the Sanctity of Inner Space"

Social Analysis, Vol. 55, Issue 2, Summer 2011, 21-44

Mauss, Marcel 1995 *Gaven: Utnæringens form og årsak i arkaiske samfunn*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

Mauss, Marcel

1973 Techniques of the Body

Economy and Society 2 (1): 70-88.

O'Reilly, Karen 2012 *Ethnographic methods*. Routledge, Oxon

Ortner, Sherry B.

1989-1990 "Gender Hegemonies"

Cultural Critique, No. 14, The Construction of Gender and Modes of Social Division II (Winter, 1989-1990), pp. 35-80 University of Minnesota

Paine, Robert

1969 "In Search of a Friendship: An Exploratory Analysis in 'Middle-Class' Culture", *Man*, New Series, Vol. 4, No. 4

Raknes, Bjørn Inge, Einarsen, Ståle, Matthiesen, Stig Berge, Hellesøy, Odd H.

1991 "Mobbing på arbeidsplassen - et helseproblem?"

Norsk tidsskrift arb med årgang 12, hefte 3, sider 155-60

Reeve, Johnmarshall 2009 *Understanding Motivation and Emotion*. University of Iowa, John Wiley & Sons, Inc.

Salen, Katie Tekinbas, Zimmerman, Eric 2005. *The Game Design Reader: A Rules of Play Anthology*. MIT Press (MA)

Smart, Alan

1999 Expressions of interest: Friendship and guanxi in Chinese Societies

The anthropology of friendship. Side 119-136. New York.

Uhl, Sarah

1991 "Forbidden Friends: Cultural Veils of Female Friendship in Andalusia"

American Ethnologist, Vol. 18, No. 1

Walker, Karen

1995 "Always There for Me": Friendship Patterns and Expectations among Middle- and Working-Class Men and Women, *Sociological Forum*, Vol. 10, No. 2

Wolf, Eric

1966 Kinship, friendship, and patron-client relations in complex societies

The social anthropology of complex societies. London. Tavistock Publications.

Østby, Lars 2002 Samfunnsspeilet, Årg. 16, nr 1.

<http://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/179379>