



SMI

**STOCKHOLMS
MUSIKPEDAGOGISKA
INSTITUT**

Förtroende i rösten

*En fenomenologisk undersökning av säljarens
främsta egenskap*

Logonomexamen

Vårterminen 2020

Poäng 15hp

Halina Larsson Diver

Handledare: Susanna Leijonhufvud

Sammanfattning

Syftet med studien var att med fenomenologin som grund uppnå en ökad kunskap om den intersubjektiva upplevelsen av fenomenet 'förtroende i rösten'. Genom att undersöka fem karriärssäljare i deras arbetssituation har jag fångat upplevelser av fenomenet ur ett första- och ett tredjepersonsperspektiv. Med samtal och observationer har beskrivningar och upplevelser ur de två perspektiven samlats in och tillsammans utgör de *existenser* av fenomenet 'förtroende i rösten'. Med fenomenologin som grund har jag analyserat dessa existenser och gör ett försök till att hitta fenomenets kärna och innersta väsen; *essensen*. Fenomenet har undersökts med ett fokus på rösten och den icke-verbala kommunikationen. Resultatet visar att fenomenets *essens* ligger i en transcendental upplevelse där sändare och mottagare genom *andning*, *lyssnande* och *närvaro* möts i en känsla av att "*klicka*".

Stockholms musikpedagogiska institut
Självständigt arbete 15hp

Titel	Förtroende i rösten - en fenomenologisk undersökning av säljarens främsta egenskap
Engelsk titel	The confident and credible speaking voice - a phenomenological essay portraying the most important attribute in salesmanship
Författare	Halina Larsson Diver
Handledare	Susanna Leijonhufvud
Datum	2020-04-20
Antal sidor	42
Nyckelord	Förtroende, röst, intersubjektivitet, kommunikation, trovärdighet, närvaro, icke-verbal kommunikation, Edmund Husserl, säljsamtal, fenomenologi.

Innehållsförteckning

1. Inledning	6
1.1 Syfte och forskningsfrågor	7
2. Bakgrund	7
2.1 Intersubjektivitet	8
2.1.1 Intrapersonella processer	8
2.1.2 Verbal intersubjektivitet.....	8
2.2 Talrösten	9
2.2.1 Röstapparatens anatomi	9
2.2.2 Paralingvistiska signaler.....	9
2.3 Forskning på paralingvistiska signaler	11
2.4 Pedagogens roll	11
2.5 Musikalitet.....	12
3. Fenomenologiskt perspektiv	13
3.1 Den moderna fenomenologin	13
3.2 Fenomenologen	14
3.3 Första- och tredjepersonsperspektiv.....	15
3.4 Existens och essens	15
4. Fenomenologisk metod	16
4.1 Urval och etik.....	16
4.2 Planering och genomförande.....	17
4.2.1 Del ett; tredjepersonsperspektivet.....	18
4.2.2 Del två; förstapersonsperspektivet.....	19
4.2.3 Frågeområden	20
4.2.4 Tolkning.....	21
4.3 Fenomenets beskrivning.....	21
4.4 Avgränsning av fenomenet	22
5. Resultat	22
5.1 Samtal och observationer	22
5.1.1 Sammanfattning av samtalen.....	22
5.1.2 Citat och urval	23
5.1.3 Wordcloud.....	25
5.2 Spegling i taltempo	26
5.3 Röstanalys	28
5.3.1 Resultat av röstanalysen	29
5.3.2 Variation i talrösten.....	29
6. Vägen till essensen	29
6.1 Fundamentala förutsättningar.....	30
6.1.1 En känsla av att vi “klickar”	30
6.1.2 Bekräftelse	30
6.1.3 Närvaro	30
6.1.4 Andning	31
6.1.5 Ett levande kroppsspråk.....	31
6.1.6 Det inre och yttre lyssnandet	31
6.2 Fenomenet framträder på olika sätt.....	32

6.2.1 Motsägande existenser.....	32
6.2.2 Spegling.....	33
6.3 Tankekarta.....	34
6.4 Fenomenet varseblivs.....	34
6.4.1 Fenomenets reduktion.....	35
6.4.2 Sammanfattning av reduceringen.....	35
7.Diskussion	37
7.1 Resultatdiskussion.....	37
7.2 Pedagogiska implikationer.....	37
7.3 Metoddiskussion.....	38
7.4 Vidare forskning.....	39
Referenser	40

Förord

Jag vill uttrycka ett stort tack till min handledare Susanna Leijonhufvud för de många givande och intressanta filosofiska samtal som förgyllt denna process. Ett stort och varmt tack till de fem informanter som ställt upp med sin tid och som, med ett stort engagemang, delat med sig av sina tankar.

Tack till min dotter Darcy som i början av denna process gjorde sig påmind genom sparkar i magen, och som senare kom att bli min allra största inspirationskälla. Och sist men inte minst tack till min fantastiska mamma som stöttat mig på alla tänkbara sätt.

Prolog

First, anyone who seriously intends to become a philosopher must "once in his life" withdraw into himself and attempt, within himself, to overthrow and build anew all the sciences that, up to then, he has been accepting. Philosophy wisdom (sagesse) is the philosopher's quite personal affair. It must arise as his wisdom, as his self-acquired knowledge tending toward universality, a knowledge for which he can answer from the beginning, and at each step, by virtue of his own absolute insights.

- Edmund Husserl, *Cartesian Meditations: An Introduction to Phenomenology*

1. Inledning

Som 23-åring flyttade jag till New York med planen att försörja mig som sångerska på heltid. Efter några månader med ströjobb insåg jag att jag behövde hitta ett jobb som kunde ge mig en ekonomisk stabilitet medan jag fortsatte ägna mig åt musiken på kvällar och helger. Jag bläddrade igenom jobbannonser på nätet och hittade ett som lät spännande men som jag inte hade någon som helst erfarenhet av. Jag sökte jobbet ändå och lyckades mot alla odds få till en telefonintervju. När telefonen ringde tänkte jag "vad har jag gett mig in på nu?..." I takt med att fler och fler knepiga frågor ställdes steg nervositeten samtidigt som jag intensivt försökte fokusera på min röst för att förmedla förtroende, ett förtroende som i just detta fall egentligen inte var helt befogat. Till min stora häpnad gick jag vidare i anställningsprocessen och blev erbjuden jobbet. När jag många år senare skulle välja ett ämne till C-uppsatsen kom jag att tänka på hur min förmåga att tala på ett förtroendeingivande sätt öppnat upp många dörrar i mitt liv, inte minst när jag som ung och oerfaren lyckades ta mig fram i en tuff och främmande stad.

Förtroende och trovärdighet är egenskaper människan värderat högt i urminnes tider. Redan i antikens Grekland ansåg filosoferna att *pistis*¹ låg till grund för retoriken och 'konsten att tala'.² I dagens moderna samhälle strävar vi fortfarande efter 'förtroende i rösten', en förmåga som på många plan ansvarar för vår chans att lyckas i livet. Men vad baserar sig denna förmåga på? Är det element hos den som talar eller hos mottagaren, eller är det en kombination av båda?

Jag har en bakgrund som sångare och sångpedagog och studerar till logonom. Logonomen arbetar som pedagog med inriktning på talrösten och gestaltning med en estetisk inriktning. Under logonomutbildningen på Stockholms musikpedagogiska institut spann tanketråden kring 'förtroende i rösten' vidare... På vilket sätt, i vilken utsträckning går detta fenomen att lära ut? Under utbildningen har jag arbetat praktiskt med klienter och övnings elever, fått en djupare förståelse för talrösten och kommunikationens konst samt en vetenskaplig grund att stå på. I denna uppsats undersöker jag hur fenomenet uppenbarar sig hos fem karriärssäljare. Anledningen att jag valt just säljare är att jag själv har erfarenhet från yrket och vet hur viktigt det är att skapa ett trovärdigt intryck. De framgångsrika säljare jag mött i mitt liv har ofta haft en god röstteknik samt en bakgrund som musiker. I allt från ensemblespel till framförandet inför publik samlar musikern på sig erfarenheter av den intersubjektiva upplevelsen. Kan det finnas ett samband mellan 'förtroende i rösten' och musikerns erfarenheter? Kan det vara så att känslan för rytm, melodi, klang och gehör speglar sig i rösten och bidrar till att musikern blir en extra skicklig kommunikatör?

Att vissa människor har en förmåga att inge förtroende medan andra har svårare för det kan upplevas som ett problem. Logonomen kan möta klienter som vill ha hjälp med att skapa ett förtroendeingivande intryck och skulle berikas av ytterligare forskning kring ämnet. Enligt beteendeforskaren Amy Cuddy krävs det *närvaro* för att kunna ge ett trovärdigt intryck.³ Cuddy refererar i sin bok "Närvaro" till en studie där man undersökt entreprenörer som säljer in sina produkter till investerare. Det visade sig att de viktigaste faktorerna i detta sammanhang inte hade att göra med meriter eller det verbala budskapet utan *självförtroendet* och *förmågan att verka bekväm med smittande entusiasm*. I logonomens bokhylla kan man hitta boken 'Kraften i din röst'

1 *pistis* (grekiska), term inom retoriken med innebörden tillit eller förtroende.

2 Hellspång, Lennart (2011: 43).

3 Cuddy, Amy (2015). *Presence*, s. 36.

av Elisabet Mohammar, här finns ett kapitel vid namn *En bra röst skapar förtroende*. Mohammar påpekar att en felrekrytering inom ett företag kan vara kostsamt och att arbetsgivaren bör avlyssna hur den arbetssökande använder rösten i relation till vilka uppgifter den kommer att ha.⁴ Vad är det som slutligen är avgörande för arbetsgivaren i valet bland ett stort antal arbetssökande? Det sållas ner till frågan om *förmågan att skapa förtroende*.

Innebörden av förtroende är subtil, men förklaringen ligger i hur röst, tal och språk (inklusive kroppsspråk) hanteras.⁵

I min studie skildras både ett första- och ett tredjepersonsperspektiv. Förstapersonsperspektivet är en introspektion, här bearbetas vår egna sinnevärld i tankarna; hur vi upplever en känsla, en handling eller ett objekt. Med tredjepersonsperspektivet kan vi fånga "den andres" upplevelse av samma känsla, handling eller objekt. Genom de två perspektiven ämnar jag fånga den *intersubjektiva* upplevelsen; hur fenomenet 'förtroende i rösten' kommer till existens i den mellanmänniska kommunikationen. Fenomenet 'förtroende' är omfattande och innefattar människans levande kropp, sinnesintryck och tankar och hur dessa samspelar i mötet med omvärlden. Under uppsatsens gång trillar jag in på flera av dessa områden men har försökt hålla fokus på mitt stora intresseområde nämligen *rösten i den icke-verbala kommunikationen*. I strävan efter fenomenets *essens* försöker jag att finna den centrala punkten (kärnan) i fenomenet 'förtroende i rösten'. Under en djupgående forskningsprocess har så många upplevelser som möjligt av fenomenet (*existenser*) samlats in och analyserats. Enligt fenomenologin ska *essensen* gå igenom samtliga *existenser*.

1.1 Syfte och forskningsfrågor

Syftet med studien är att med fenomenologin som grund uppnå en ökad kunskap om den *intersubjektiva upplevelsen* av fenomenet 'förtroende i rösten'. Kunskapen kan gynna logonomen i sitt arbete genom att bidra med en djupare förståelse kring fenomenet.

1. Hur upplever och beskriver säljaren 'förtroende i rösten' ur ett *förstapersonsperspektiv*?
2. Hur upplevs och beskrivs 'förtroende i rösten' i säljsituationen ur ett *tredjepersonsperspektiv*?
3. Vad skulle kunna vara *essensen* av fenomenet 'förtroende i rösten' i säljsituationen?

2. Bakgrund

Som nybliven mamma har jag under det senaste året fått erfara den obeskrivliga och fantastiska glädjen av att kommunicera med min dotter. Redan från första ögonblicket har hon lyckats få sin vilja förstådd och kunnat ge uttryck för sina känslor, enbart genom att använda sig utav sitt kroppsspråk och diverse röstljud såsom joller, skratt och gråt. Jag hade inte kunnat be om ett tydligare exempel på den ordlösa kommunikationen, det fenomen som ligger till grund i min

⁴ Mohammar, Elisabet (2009). *Kraften i din Röst*, s. 20.

⁵ *Ibid*, 20.

undersökning av 'förtroende i rösten'. Detta första kapitel ger en bakgrund till intersubjektivitet; verbal och icke-verbal kommunikation som följs av en enkel presentation av röstorganets funktion och fysiologi. Avslutningsvis presenteras tidigare forskning som berör kommunikation, musik och pedagogik.

2.1 Intersubjektivitet

Vi lär oss tidigt att tolka tonfall och kroppsspråk för att kunna läsa av vår omgivning. Genom att vi lever tillsammans och interagerar med andra människor i världen är världen på ett grundläggande sätt intersubjektiv.⁶ Enligt fenomenologin kommer kommunikation till stånd genom att jag låter min förståelse av den andres till-världen-varo få komma till uttryck i min egen till-världen-varo, dvs. genom att jag övertar och kroppsligt vidareför den betydelseinriktning som finns angiven i den andres handlande.⁷

2.1.1 Intrapersonella processer

Vare sig vi vill eller inte så kommunicerar vi, dels med andra människor i den reella världen, men även i vår inre tankevärld, till exempel när vi reflekterar, värderar eller löser problem. Åtskillig kommunikation är omedveten, även i tystnaden kommunicerar vi.⁸ I kommunikationen med andra kommunicerar vi samtidigt med oss själva, all kommunikation är därmed förenad med intrapersonella processer.⁹ *Intersubjektivitet*, eller kommunikation, bygger på information som sändaren (talaren) uttrycker och som hos mottagaren (lyssnaren) framkallar något slags reaktion. För detta behöver vi flera olika signalsystem; *verbala signaler*, det vill säga orden i tal och skrift och *icke-verbala signaler*, till exempel olika kroppsställningar, bilder, föremål eller ljud.¹⁰ Dessa signaler ska sedan både kodas och avkodas. Kodning handlar om att först skapa kommunikationstecken i tanken (*cogito*) för att sedan ge dem ett yttre uttryck i den fysiska kroppen, till exempel genom tal. Med avkodning bekräftar vi de yttre signalerna i vår egna fysiska kropp, exempelvis genom hörseln, för att sedan bearbeta informationen i våra tankar och skapa mening ur dessa signaler.¹¹

2.1.2 Verbal intersubjektivitet

Verbala signaler refererar till det talade språket och hur vi väljer att använda det. Genom att anpassa dessa signaler kan vi skapa samhörighet med vår omgivning, Erik Axel Karlfeldt uttrycker detta väl "tala med bönder på böndernas sätt och med lärde män på latin". Vi lär oss att, både i tal- och skriftspråk, behärska olika språk (språkspel) för olika sammanhang.¹² Den verbala delen av kommunikationen är givetvis mycket viktig i fenomenet 'förtroende i rösten' men mitt intresse och undersökningsområde är den icke-verbala kommunikationen.

⁶ Bengtsson, Jan (1988). Sammanflätningar, s. 91.

⁷ Ibid, 90.

⁸ Maltén, Arne (1998). Kommunikation och konflikthantering en introduktion, s. 37.

⁹ Burton, Graeme och Dimbleby, Richard (1997). Oss emellan, s.17.

¹⁰ Backlund, Britt (1991). Inte bara ord en bok om talad kommunikation, s. 13.

¹¹ Graeme och Dimbleby (1997:17).

¹² Backlund (1991: 52).

2.2 Talrösten

Genom att studera talapparaten funktion och fysiologi erbjuds vi en möjlighet att koda de signaler vi, oftast undermedvetet, sänder ut när vi kommunicerar. Här följer en enkel beskrivning av röstapparaten anatomi, som är väsentlig för att förstå den icke-verbala kommunikationen och de begrepp som används i föreliggande studie.

2.2.1 Röstapparaten anatomi

Talet produceras i röstapparaten som består utav andningsapparaten, stämbanden, ansatsröret (utrymmet som sträcker sig från svalg till munhåla) plus nashålan.¹³ Stämbanden är två slemhinneklädda veck som buktar ut från väggarna inne i struphuvudet, larynx. Utrymmet mellan de kallas för glottis.¹⁴ Stämbanden utgör endast en liten del utav de inre larynxmuskulerna. Det finns både inre och yttre larynxmuskler och de består av en mängd olika muskler och brosk som alla har sin unika uppgift för att vi ska kunna kontrollera de ljudvågor som produceras i röstapparaten. Luften trycks ihop i lungorna och bildar en luftström som pressas upp igenom glottis och formar ljudvågor, dessa strömmar sedan vidare ut i ansatsröret och blir till språkljud.

2.2.2 Paralingvistiska signaler

Paralingvistiska signaler syftar till den del utav den icke-verbala kommunikationen som förmedlas genom rösten och som är starkt knuten till språkliga yttranden. Ordet *para* har sitt ursprung i grekiskan och latin och motsvarar det svenska ordet *bredvid*; paralingvistik betyder *bredvid* språket. Tempo, tempoväxlingar, satsmelodi, betoningar, röststyrka och pauser, sättet att artikulera och pausutfyllnader som hummanden och harklingar är exempel på paralingvistiska signaler. Signalerna i rösten är antingen medvetna eller omedvetna.¹⁵ Genom att kontrollera de paralingvistiska signalerna får talet en variation och dynamik.

När vi känner oss modiga och trygga får vi ett betydligt mer varierat röstläge. Vi låter avslappnade och uttrycksfulla. När vi däremot är rädda och backar aktiveras det sympatiska nervsystemets kamp- och flyktrespons. Stämbanden och diafragman trycks ihop och kväver entusiasmen.¹⁶

Känslor och sinnesstämningar speglas i våra röster. I citatet ovan används rädslan som exempel där kroppens spänningar bidrar till att andningen kvävs och muskulerna i hela röstapparaten stelnar till. Rösten blir till följd svag, instabil och vi får ett högre (ljusare) röstläge. Det motsatta sker när vi känner oss trygga och slappnar av. Genom att bland annat studera paralingvistiska signaler har jag undersökt hur fenomenet 'förtroende i rösten' framträder i säljsituationen. Med hjälp av röst, tal- och andningsövningar kan vi till viss del lära oss att kontrollera dessa olika faktorer som i sin tur påverkar hur vi låter. Här följer en beskrivning utav några av de paralingvistiska signaler som berörs i resultatkapitlet.

¹³ Sundberg, Johan (2001). Röstlära fakta om rösten i tal och sång, s. 19.

¹⁴ Elliot, Ninni (2009). Röstboken, s. 63-65.

¹⁵ Backlund, Britt (1991: 21).

¹⁶ Cuddy (2015: 32) refererar DeGroot, T., & Motowidlo, S, J Why visual and vocal interview cues can affect interviewers' judgement and predict job performance, 84, 986-993.

Röstläget, även kallat FO, är grundtonen i rösten som bland annat bestäms utav stämbandets längd och tjocklek. Män har av denna anledning generellt ett lägre tonomfång än kvinnor.¹⁷ Genom att aktivera crico-thyroid muskeln (en utav de inre larynxmuskulerna) sträcks stämbanden ut och tonhöjden (röstläget) stiger.¹⁸ För att kunna variera *röstläget* krävs det att rösten, i sitt ursprungliga talläge, ligger bra till i *förhållande* till individens talapparat och anatomiska förutsättningar. Om en person pressar upp eller ner sin röst skapas spänningar som inte alltid är så lätta att släppa.

Andningen påverkas utav lungornas volym, luftflödet och lufttrycket. Lungorna och bröstkorgen är elastiska vilket gör att lungvolymen ökar med inandningen, dvs. luftvolymen i lungorna.¹⁹ Under utandningen strävar lungorna, med sin svampartade struktur, efter att dra ihop sig. Olika muskelgrupper är aktiva under in- och utandning och röstljuden produceras under utandningen. Förenklat sker fonation genom att vi aktiverar utandningsmuskulerna samtidigt som vi sluter glottis vilket skapar ett övertryck, detta kallas för det subglottala trycket och är essentiellt för att stämbanden ska kunna vibrera. Under uppsatsens gång används begreppet "god andning" vilket bland annat refererar till bukandning. Röstpedagoger är till stor del överens om att bukandning har många fördelar i jämförelse med bröstkorgsandning. I bukandning tillåts diafragman att sänkas ordentligt under inandningen genom en avspänning och expansion i bukväggen. Under fonationen trycks sedan bukväggen in genom att kontrahera bukmuskulaturen vilket bidrar till ett högre subglottalt tryck. Ett högre subglottalt tryck ger bättre förutsättningar för fonationen. Bröstkorgsandningen hindrar oss från att nyttja lungornas fulla kapacitet vilket istället påverkar det subglottala trycket negativt.

Röststyrkan hänvisar till röstvolymen i decibel (dB), om vi talar svagt eller starkt. Röststyrkan bestäms av det subglottala trycket, ju högre subglottalt tryck ju starkare blir rösten.

Röstkvaliteten är en produkt av hur bland annat röststyrka, röstklang och andning samverkar och gör att vi kan identifiera en person vi känner genom att endast höra rösten. Rösten kan exempelvis vara klangfull och upplevas som en klar stämma utan störningar eller så kan den vara nasal, knarrig, läckande och instabil. *Röstklangen*, även kallad resonans, skapas när ljudvågorna som bildas i stämbanden resonerar i svalg, munhåla och näsans håligheter och bildar en uppsjö av deltoner. Röstklangen är personlig och påverkas av såväl inlärdade mönster som ärftliga anatomiska faktorer.

Artikulationsapparaten består av struphuvudet (larynx), tungan, mjuka gommen, käken och läpparna. Stämbandets vibrationer skapar ljudvågor som formas till språkljud (vokaler och konsonanter) i artikulationsapparaten.

Tempo handlar inte om teknik utan om en medvetenhet kring den talade kommunikationen i sin helhet. En god andning och artikulation krävs för att göra sig förstådd i både ett snabbt men även långsamt taltempo. Huruvida hastighet i tal kan förmedla en specifik känsla är inte mätbart. Hög hastighet kan förmedla helt olika känslolägen såsom irritation eller engagemang. Låg hastighet kan användas både till att uppmärksamma lyssnaren på ett visst ord eller som en varning.²⁰ I föreliggande studie undersöker jag hur talhastighet och upplevelsen av 'förtroende i rösten' samverkar.

¹⁷ Sundberg (2001: 16).

¹⁸ Elliot (2009: 65).

¹⁹ Sundberg (2001: 42).

²⁰ Gelang (2008: 97). Refererar och översätter Albert Mehrabians Nonverbal communication, refererar och översätter Michael Argyles Bodily communication, 143-145 samt Poyatos volume II, 8.

Det kommunikativa sammanhanget mellan säljare och kund medför här en tydlig kontext vilket gjort analysen av talhastighet genomförbar.

2.3 Forskning på paralingvistiska signaler

En undersökning gjordes där man lät 23 skådespelare läsa en mening på flera olika sätt, så att de uttryckte åtta känslöstämningar: neutral stämning, kärlek, glädje, högtidlighet, komik, ironi, sorg och fruktan. Lyssningsförsök med olika grupper visade att lyssnarna inte behövde kunna språket i meningarna för att kunna identifiera de olika känslorna. Inte heller tycktes den kulturella bakgrunden spela någon större roll.²¹ Detta knyter direkt an till Mehrabians studier; han har genom statistiska beräkningar kommit fram till att mottagaren i första hand tolkar mimiken 55%, därefter paralingvistiken 38% och till sist det verbala budskapet 7%. I sina studier om *actio*²² utgick Mehrabian från att retorik är handlingar, medvetna eller omedvetna, som utförts i syfte att påverka och övertyga. Studierna genomfördes med tre olika syften: att visa hur talarens intentioner gestaltades i actio, hur talarens actio uppfattades av mottagarna samt huruvida mottagarna övertygades eller ej. De tre studierna visade sammantaget att det actio som av talaren var tänkt att övertyga även uppfattades som övertygande av åhörarna. De förändringar som statistiskt relaterade starkast till talarens vilja att övertyga samt påverkade åhörarnas attityd var *livlig mimik, hög talhastighet och stark röstvolym*. Här talar Mehrabian om 'övertygelse' men gäller samma röstliga parametrar när det kommer till 'förtroende'? Professor i psykologi Jedee K. Burgoon har undersökt 'övertygande' och ' trovärdiga' talare och fann att sambanden var svaga. Den talare som anses trovärdig hade en röst utan störningar, med varierad tonhöjd och klar stämma. De talare som uppfattades som övertygande hade mycket illustrerande gester och uttrycksfull mimik.²³ Här nämner Burgoon två viktiga paralingvistiska fenomen, en röst *utan störningar med varierad tonhöjd*.

I en vetenskaplig artikel som publicerats i The Royal Society har man undersökt huruvida röstläget (F0) påverkar lyssnarens uppfattning om talarens ledarskapskvaliteter. Ledarskap är på flera plan länkat till fenomenet 'förtroende'. Forskarna frågade sig här om röstläget påverkar hur vi väljer våra ledare. Man kom fram till att både män och kvinnor med lägre F0 valdes framför män och kvinnor med högre F0 till ledande positioner (Klofstad, C. A., R. C. Anderson, and S. Peters, 2012).

2.4 Pedagogens roll

Med föreliggande studie hoppas jag kunna bidra med kunskap till logonomer och röstpedagoger i deras arbete och har av denna anledning valt att inkludera forskning som behandlar pedagogens inverkan på elevens utveckling. Tidigare i detta kapitel beskrivs hur *känslor* och *sinnestämningar* speglas i våra röster. 'Förtroende' skulle kunna tänkas komma till uttryck i *rösten* om eleven lyckas förnimma känslan och upplevelsen av 'förtroende' den *fysiska kroppen* och i *sinnets*.

Vygotskij, vars idéer har fått ett stort genomslag i pedagogiken, menar att barnet ingår i ett kulturellt och socialt sammanhang och bygger upp sin kunskap om världen utifrån sina *erfarenheter*. Han menar att pedagogens roll är att *handleda* eleven utan att ställa alltför höga krav. Genom att *stötta*

²¹ Sundberg (2001: 189).

²² Actio hänvisar till en kombination av hur vi använder kroppen och rösten som uttrycksmedel.

²³ Gelang (2008: 97-98) refererar och översätter Albert Mehrabians Nonverbal communication 77-84.

eleven och ta fram uppnåeliga mål kan pedagogen främja elevens utveckling och inläring.²⁴ Dewey menar att lärande kan ske utan att eleven är medveten om att den studerar. Genom att skapa *erfarenheter* och att inkludera lärandet på ett naturligt sätt i den sociala miljön och i mötet med andra, kan eleven lättare fokusera på själva handlingen. Att sätta press och tvång på eleven kan istället hindra lärandeprocessen och dra bort fokus ifrån ögonblicket. Dewey anser även att det pedagogiska arbetet bör anpassas efter den *unika* individen och genom en *samverkan* av kropp och själ. Dewey värderar *reflektionen* och menar att eleven på så sätt kan komma djupare in i lärandeprocessen.²⁵ Bandura använder begreppet *self-efficacy* (självförtroende); något som påverkar hur vi uppfattar och reagerar på olika typer av situationer. Beroende på *hur* pedagogen bemöter elevens agerande i olika situationer kan den *påverka* elevens självförtroende. Att bemöta eleven med stöd och uppmuntran kan främja dennes självförtroende.²⁶ I senare musikpedagogisk forskning konstaterar Ferm att det viktigaste för att barnen i skolan ska öka sin ”jag kan”-känsla är att arbeta med barnen i *självbedömning*, med syfte att belysa *den egna läroprocessen*. Undervisningen bör visa att *alla* besitter en musikalisk förmåga som kan växa *i samspelet med andra*.²⁷ Falthin påpekar på samma sätt vikten av musikalisk *självkänsla* och hur denna kan påverkas av att pedagogen *bekräftar* och *ger återkoppling*.²⁸

2.5 Musikalitet

I uppsatsens inledning skriver jag om mina funderingar kring ett möjligt samband mellan musikerns erfarenheter och känsla för rytm, melodi, klang och gehör och säljarens förtroendeingivande röst. Finns säljarens musikalitet? Vad består den i så fall i? Bjerstedt ställer sig samma frågor i relation till skådespelarens musikalitet.²⁹ I hans forskningsresultat framkommer det att skådespelarens förmåga att agera *musikaliskt* är en kombination av förmågor såsom *närvaro*, *flöde* och *struktur*, att vara och agera här och nu med alla sinnen, att uppfatta, analysera och bygga strukturer samt att vara och agera fri, avspänd, aktiv och öppen.³⁰ I föreliggande studie kring fenomenet ’förtroende i rösten’ används begrepp som även hör hemma i musiken såsom klang, rytm och melodi. *Musikalitet* är både ett laddat och omstritt begrepp, det är nästintill omöjligt att försöka definiera exakt vad som ingår i begreppet eller hur musikalitet uppkommer, och om det överhuvudtaget är mätbart. Inom musikforskningen finns olika teorier och inriktningar. Seashore, en av de första att undersöka begreppet *musikalitet*, menade att människan kan vara musikalisk på *olika sätt* och skiljde på egenskaper såsom gehör och rytmkänsla och vad de skulle kunna innebära för den enskilda individen och i relation till vilket instrument som skulle vara passande.³¹ Mursell framhävde istället

²⁴ Hwang & Nilsson (2011). Utvecklingspsykologi, s. 66.

²⁵ Dewey, John (1999). Demokrati och utbildning.

²⁶ Hwang & Nilsson (2011: 24).

²⁷ Ferm, Cecilia (2004). Öppenhet och medvetenhet: en fenomenologisk studie av musikdidaktisk interaktion, s. 119.

²⁸ Falthin, Annika (2015). Meningserbjudanden och val: en studie om musicerande i musikundervisning på högstadiet, s. 43.

²⁹ Bjerstedt, Sven (2010). Att agera musikaliskt. Musikalitet som norm och utbildningsmål i västerländsk talteater, s. 9.

³⁰ Ibid, 120.

³¹ Seashore, Carl E. (1938). Psychology of Music.

helheten och den emotionella uttryckskraften i musiken.³² Trevarthen och Malloch menar att förmågan att kommunicera med andra baseras på *musikaliska beteendemönster* som vi har med oss redan från födseln. De beskriver vidare att utvecklingen av *musikalitet* sker i en samverkan av arv och miljö.³³

3. Fenomenologiskt perspektiv

I detta kapitel utforskas den teori som jag sedan bygger min studie kring, *fenomenologin*. En introduktion till Edmund Husserl och den moderna fenomenologin samt förklaringar till de begrepp och perspektiv som är essentiella att förstå om du som läsare senare ska kunna tolka min analys.

3.1 Den moderna fenomenologin

Termen fenomenologi har använts sedan slutet på 1700-talet men den moderna fenomenologin introducerades i Tyskland i början på 1900-talet av Edmund Husserl. Tidigare hade begreppet 'fenomen' använts av bl.a. Immanuel Kant när han talat om *hur* tingen uppenbarar sig för oss. Han menade att vi aldrig kan förstå tingen i sig, bara det sätt som de uppenbarar sig för oss.³⁴ Husserl försökte närma sig själva 'fenomenet' och menade att det var fullt möjligt att förstå tingen *i sig* och inte bara *hur* de visar sig för oss. Detta gjorde han med hjälp av den *transcendentala* reduktionistiska analysen och begrepp som *cogitatio*, *abstraktion* och *varseblivning*. Det är Husserl som först utvecklar fenomenologin till att bli en riktig lära, en vetenskap.³⁵ I Frankrike utvecklas den ytterligare av Jean-Paul Sartre och Maurice Merleau-Ponty efter första världskriget. Husserl studerade matematik i Wien tills han var 23 år och kom efter det in på filosofi. Hans matematiska grund hjälpte honom forma den fenomenologiska läran, vi kan se en direktkoppling till matematikens geometri i hans verk 'Det logiska tänkandet'. Med *cogitatio*³⁶ hänvisar Husserl till den mänskliga tankekraften. Ett känt citat från franska filosofen Descartes från år 1637 lyder "*cogito, ergo sum*" som kan översättas på svenska till "*jag tänker, alltså finns jag*". *Cogito* ger oss möjlighet att tänka och bearbeta tankar, sinnesintryck och tankestrukturer. Tanken är en trovärdigare källa till kunskap än våra sinnen.³⁷ Genom att använda oss av både våra *sinnesintryck* och *cogitatio* kan vi komma närmare fenomenets 'kärna' (*essens*). Med hjälp av *abstraktion* kan vi utforska fenomenets *generella essens*. Här lämnar vi det konkreta och går in i *cogitatio* för att hitta andra vägar till beskrivningen och upplevelsen av fenomenet. Här drar vi också slutsatser och paralleller med hjälp av andra relaterade fenomen. Att *varsebliva* kan liknas vid att uppleva eller erfara. Begreppet *transcendental* bearbetar något som går tvärsigenom vårt intellekt, rakt igenom alla existenser. I den *transcendentala världen* existerar allt som "drabbar" oss, det vi inte kan ta på eller förklara med vårt intellekt, exempelvis attraktion.

Jag är medveten om en värld som är oändligt utbredd i rummet, utan ände i vardande och vorden i tiden. Att jag är medveten om denna värld,

³² Bjerstedt (2010) refererar till Mursell, James L. (1947), s. 32.

³³ Malloch, S., & Trevarthen, C. (2009). *Musicality: Communicating the vitality and interests of life*.

³⁴ Leijonhufvud (2008). *Fenomenologi - avtryck i tre musikpedagogiska avhandlingar*, s. 17.

³⁵ *Ibid*, 17.

³⁶ *Cogito* är latin för "jag tänker".

³⁷ Leijonhufvud (2008: 20).

det innebär framför allt: jag påträffar den med omedelbar åskådighet, jag erfar den. Genom syn, klädsel, hörsel osv., genom den sinnliga varseblivningens olika former är kroppsliga ting helt enkelt där för mig, fördelade på ett eller annat sätt i rummet, de är i bokstavlig eller överförd bemärkelse "förhanden", vare sig jag särskilt ger akt på, betraktar och är upptagen med dem i mina tankar, min känsla och vilja eller inte. Även animala varelser, låt oss säga människor, är omedelbart där för mig; jag tittar upp, jag ser dem, jag hör dem närma sig, jag tar dem i hand, när jag talar med dem förstår jag omedelbart vad de önskar och vill.³⁸

Här beskriver Husserl hur människan möter världen genom sina sinnen. I den sista meningen nämner han att vi kan förstå "den andres" intentioner genom att tala med dem. För att kunna förstå och erfara dessa intentioner måste sinnesintrycken från kommunikationstillfället vidare bearbetas genom *cogitatio*.

3.2 Fenomenologen

Husserls fenomenologi grundar sig på att vi inte ska ta det sunda förnuftet eller vilka som helst åsikter för givet, istället bör vi göra full rättvisa åt de objekt som är föremål för undersökning. Detta är *sakerna själva* och vår tillgång till dem; *erfarenheten*.³⁹ Husserl beskriver fenomenologin som ett sammanhang av vetenskapliga discipliner, en metod och en tankehållning "den specifikt *filosofiska tankehållningen*, den specifikt *filosofiska metoden*."

Fenomenologen är att likna vid en upptäcktsresande med uppgift att hitta fram till en hittills okänd plats. Hen måste ha en inställning till uppgiften som bl.a. går ut på att röra sig försiktigt och iaktta det som är väsentligt för den fortsatta vandringen.⁴⁰

Här länkar Christer Bjurwill den okända platsen till ett fenomen som den upptäcktsresande (fenomenologen) önskar undersöka och med vandringen refererar han till studien, analysen och tankeprocessen. Vuxna människor har en förförståelse kring det mesta, denna förförståelse kan ibland hämma oss istället för att vara till nytta. När jag läser citatet ovan så relaterar jag till min dotters utveckling under hennes första levnadsår. Det är fascinerande att se hur hon kan finna tusentals olika användningsområden för precis allt hon lyckas fånga med sina små fingrar. I takt med att hennes kunskap kring världen ökar och hennes sinnen utvecklas, dyker ännu fler möjligheter och användningsområden upp för dessa familjära objekt. Det nyfödda barnet är på en konstant upptäcktsfärd i den hittills okända världen och är därför extremt uppmärksam på precis alla signaler i sin omgivning. Det öppna sinnet och bristen på förförståelse gör det möjligt för barnet att hitta helt nya och innovativa lösningar och användningsområden för precis allt. Som vuxen är jag låst vid min förförståelse och har därmed mycket svårare för att vara innovativ och kreativ. Om vi önskar uppnå en högre kunskap eller se en annan dimension av ett fenomen bör vi försöka bortse ifrån vår förförståelse, öppna våra sinnen och vara vaksamma på alla små detaljer som finns runtomkring oss. Tillbaka till citatet och vandraren så skulle man idag troligen plocka fram google

³⁸ Husserl, Edmund (2004). *Idéer till en ren fenomenologi och fenomenologisk filosofi*, s. 107.

³⁹ Bengtsson (1988: 26).

⁴⁰ Bjurwill, Christer (1995). *Fenomenologi*, s. 75.

maps på telefonen för att hitta fram till en okänd plats. På det sättet går vi miste om sökandet och alla små ledtrådar längst med vägen som kunnat berika vår kunskap kring platsen och dess existens i världen.

3.3 Första- och tredjepersonsperspektiv

Förstapersonsperspektivet är en introspektion, här bearbetas vår egna sinnevärld i *cogitatio*; hur vi upplever en känsla, en handling eller ett objekt. Intersubjektivitet behandlar mellanmänsklig aktivitet t.ex dans, kommunikation, att spela musik ihop... allt vi gör *tillsammans*. För att kunna få fram det intersubjektiva fenomenets *existens* är det av essens att "den andre" nu kopplas in vilket blir tredjepersonsperspektivet. För att, med fenomenologin som grund, undersöka det intersubjektiva fenomenet 'förtroende i rösten' samlar jag under studiens gång upplevelser ur dessa två perspektiv. Förstapersonsperspektivet beskriver den inre erfarenheten av att tala förtroendeingivande och de upplevelser som är kopplade till detta medan tredjepersonsperspektivet behandlar hur "den andre" (mottagaren) upplever fenomenet.

3.4 Existens och essens

Människan är dömd till att varsebli sin omgivning, sin värld. Vi kan bara uppfatta hur objekten visar sig för oss, dvs. fenomenen, vi kan aldrig uppfatta objektet i sig. Så även om objektet skulle ha sin egen autonomitet så kan vi aldrig komma åt den. Genom att använda begreppet *fenomen* sammanlänkas tudelningen mellan den objektiva och den subjektiva världen.⁴¹ Vi uppfattar fenomenets *existens* med våra sinnen, medan vi kan uppfatta fenomenets *essens* med vårt *cogito*.

Samma fenomen kan upplevas på helt olika sätt beroende på hur det visar sig för just den personen. Samtidigt så är världen *intersubjektiv*; vi är en del av varandras världar och delar vår värld med varandra. Trots att vi kan ha olika perspektiv på ett fenomen så har vi, till viss del, även ett delat perspektiv.⁴² *Essensen* hänvisar till 'saken själv' och är genomgående i alla *existenser*. Ju fler perspektiv som anläggs, desto klarare blir uppfattningen om fenomenets *essens*.⁴³ I sökandet efter *essensen* redogör den fenomenologiska forskaren för hur fenomenet har konstituerat sig i tanken, i ett försök att renas och bli sann.⁴⁴ Man kan säga att fenomenologins *essens* ligger i just denna bearbetning av tankar och funderingar som sker i vårt *cogito* i ett försök att förstå världen.

Min studie syftar till att undersöka känslan (fenomenet) 'förtroende' som bland annat kan visa sig i rösten. Med våra sinnen erfar vi rösten och med vår tanke bearbetar vi dessa sinnesintryck, dessa upplevelser blir *existenser* i fenomenet. Genom att undersöka olika röster och perspektiv fångar jag fler *existenser* och kan på så sätt försöka hitta fram till fenomenets *essens*.

Ett mer konkret exempel skulle kunna vara fenomenet 'ett löv'. Om jag återigen relaterar till min dotter och leker med tanken av att kunna fånga hennes perspektiv skulle det kunna se ut såhär. Hon tittar upp från barnvagnen och erfar löven som gröna plättar som svävar i luften och hör samtidigt

⁴¹ Leijonhufvud (2008: 23).

⁴² Ibid, 54.

⁴³ Ibid, 8.

⁴⁴ Ibid, 21.

ett prasslande ljud, detta är en del utav hennes existens av fenomenet. I min existens av samma fenomen sammankopplas trädet och vinden, då jag erfar löven som en förlängning av trädet och länkar prasslandet till vinden. Men vad är det som gör ett löv till ett löv och inget annat? Vilka egenskaper krävs för att lövet ska uppfattas som ett löv? För att hitta den generella *essensen* utav lövet kan jag ta hjälp av både min egen och min dotters helt olika *existenser*. Fenomenologin grundar sig på "erfarandet" men syftar till hur detta sedan bearbetas i tanken, *cogito*. Husserl menar att våra sinnen inte alltid är att lita på, de kan spela oss spratt. Vi kan exempelvis vara färgblinda eller inte uppfatta en viss frekvens med vår hörsel, eller så kan vår förförståelse stå i vägen för oss och färga vår upplevelse. Vi kan aldrig uppfatta fenomenet på ett "rent" sätt men genom att försöka parentessätta vår förförståelse kan vi nå djupare in i fenomenets *essens*. Kan det vara så att just detta är enklare för min dotter, då hon inte har lika stor förförståelse att parentessätta? I vilket fall vore det intressant att få uppleva världen ur hennes perspektiv under en dag...

4. Fenomenologisk metod

Fenomenet 'förtroende i talrösten' har undersökts med en kvalitativ metod och ett fenomenologiskt förhållningssätt ur ett första- och tredjepersonsperspektiv. Det empiriska materialet består av inspelningar och handskrivna anteckningar från samtal och observationer som genomfördes under hösten 2018. Jag har samlat in en palett av beskrivningar om upplevelsen och dess *existens* hos fem informanter samt själv observerat situationer där fenomenet uppenbarar sig. Min förhoppning är att *essensen* kommer växa fram ur de gemensamma nämnare som förekommer ur dessa två perspektiv. I kapitlet tar jag först upp urval och etik för att sedan gå vidare till att beskriva undersökningen genom planeringsfas och metod.

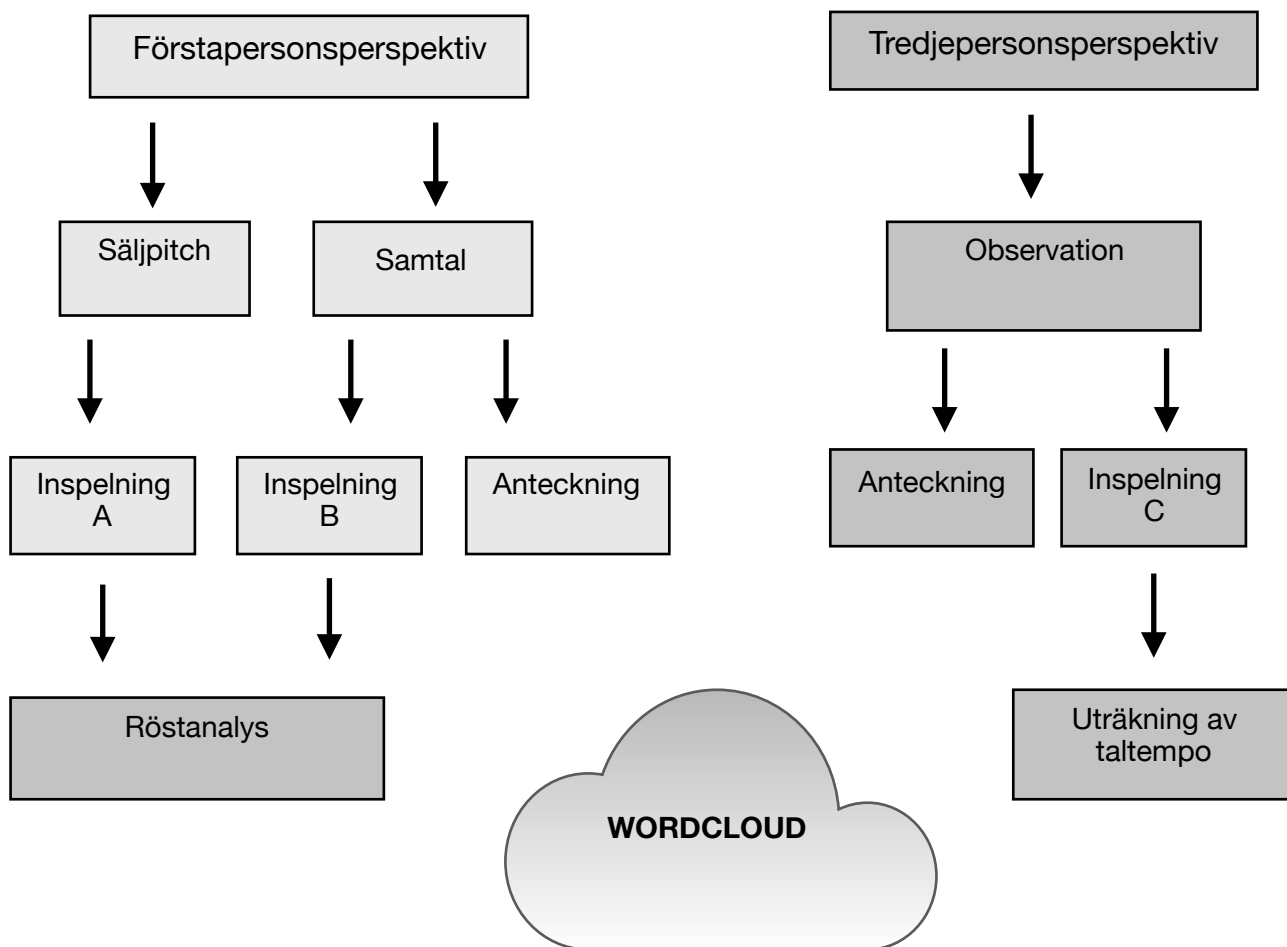
4.1 Urval och etik

Genom en vän, som är säljchef, fick jag möjlighet att intervjua och iaktta några av de säljare hon arbetar med. Företaget, som förblir anonymt i uppsatsen, säljer skräddarsydda marknadslösningar till olika verksamheter (kunder) och kommer vidare att benämnas Företag A. Säljsituationen på Företag A sker i mötesform och är speciellt anpassad för varje kund. Det inledande mötet bedrivs vanligtvis utav en säljare från Företag A och en eller två representanter från verksamheten de hoppas kunna sälja sina tjänster till. De fem informanterna arbetar som säljare på Företag A och valdes ut baserat på prestation, vilket var ett medvetet val från min sida. Tre kvinnor och två män i åldrarna tjugosju till trettiofem visade sig ha bäst säljresultat på avdelningen och blev av den anledningen informanter i min studie. Samtliga tackade ja när de fick förfrågan att vara med i min undersökning. Grundat på min egen uppfattning och erfarenhet inom säljyrket, förmodar jag att förmågan att inge förtroende är länkad till deras framgång. Kunden måste känna ett förtroende för säljaren för att det ska bli en framgångsrik affär. En säljare eftersträvar att skapa ett förtroendeingivande intryck och använder sig av olika tillvägagångssätt för att lyckas. En högpresterande säljare har med stor sannolikhet starka säljargument som levereras med hjälp av en förtroendeingivande talröst och ett förtroendeingivande kroppsspråk. Beslutet att studera säljare och inte telefonförsäljare baserades på mitt intresse att observera både den subjektiva och den interaktiva upplevelsen av fenomenet.

När forskning involverar människor skall de, med få undantag, informeras om forskningen och sin medverkan och fritt kunna välja om de vill medverka eller inte.⁴⁵ Jag har genom e-post fått ett godkännande från samtliga fem säljare att delta i undersökningen. De har blivit informerade om att uppsatsen kommer finnas tillgänglig på nätet och att både de själva och företaget förblir anonyma. Samtliga informanter är medvetna om att de har möjlighet att dra sig ur när som helst. I mitt e-postmeddelande ingick även detaljerad information om undersökningens syfte, en övergripande plan samt vilka metoder som skulle tillämpas. Det finns inga personuppgifter länkade till det inspelade materialet och samtliga inspelningar som genomförts under studiens gång förvaras (med hänsyn till GDPR) i mitt låsta google drive konto och kommer att raderas när uppsatsen är godkänd.⁴⁶ Samtliga inspelningar är endast till för personligt bruk.

4.2 Planering och genomförande

Här presenteras metoden som använts för att fånga ett första- och ett tredjepersonsperspektiv, därefter motiveras valet att begränsa studien till upplevelsen av *rösten* i fenomenet 'förtroende'. I modellen som följer visas den planering som ligger till grund för genomförandet av föreliggande studie.



Figur 1. Planering av undersökningen.

⁴⁵ Codex (2018). Regler och riktlinjer för forskning, informerat samtycke.

⁴⁶ Samhällsvetenskapliga fakultetens bibliotek (2019). Persondata och sekretess.

Den ljusgrå färgen visar de delar av planeringen som innefattar förstapersonsperspektivet och den mörkgrå färgen visar på samma sätt tredjepersonsperspektivet. Figuren ger läsaren en överblick i genomförandet av studien och de olika delar som ingått. I detta kapitel refererar jag vid ett flertal tillfällen till denna figur för att hänvisa till specifika moment. Rad två; säljpitch, samtal och observation visar undersökningens olika delar. Rad tre; inspelning A B C och anteckning hänvisar till empirin. Den sista raden röstanalys, wordcloud och uträkning av taltempo hänvisar till studiens resultat. Här visar den mörkgrå färgen att röstanalysen och uträkningen av taltempo representerar tredjepersonsperspektivet och att wordcloudet, med sin melerade färg, inkluderar båda perspektiven.

4.2.1 Del ett; tredjepersonsperspektivet

Empiriarbetet inleddes med observationer, där syftet var att studera upplevelsen av fenomenet 'förtroende i rösten' i realtid. Jag satt med "under cover" på fyra säljmöten och en föreläsning för att observera informanterna en och en. Genom observationen fick jag inblick i säljarbetet och en unik möjlighet att undersöka hur fenomenet kommer till uttryck i en verklig situation.

Tredjepersonsperspektivet är mitt egna perspektiv och min upplevelse av fenomenet när det uppenbarar sig för mig i rummet. Jag har studerat fenomenet som logonom och använt mig utav logonomens professionella vokabulär i mina anteckningar. Jag har under observationen och analysens gång försökt tillämpa *epoché* (parentessätta), vars uppgift består i att åtskilja existens och innehåll, att sätta existensen inom parentes och inte använda sig utav den. Det som blir kvar är de erfarna föremålets fullständiga innehåll som rena fenomen.⁴⁷ Detta är oerhört svårt att göra och är sällan fullt möjligt, men att *försöka* parentessätta är en viktig del utav Husserls fenomenologiska metod. I kapitel 3 beskrivs hur förförståelse kan hämma fenomenologen i sin uppgift att varsebli fenomenet på ett intuitivt sätt och se fenomenet för vad det faktiskt är; 'saken själv'. Jag har under studiens gång försökt förbise de kunskaper jag besitter som logonom och ämnat erfara fenomenet endast med mina sinnen, vilket inte alltid varit så enkelt. Mina kunskaper har berikat observationen men fokus har hela tiden legat på den direkta intuitiva upplevelsen. Under analysen har jag tidvis gått ifrån logonomens perspektiv helt och hållet för att nå djupare in i kärnan och inte hindras av "sanningen". Genom att parentessätta (*epoché*) hur jag som logonom förhåller mig till röstundervisning och mina förkunskaper har jag kunnat gå vidare in i materialet.

Att bygga sina studier på observation är mycket vanligt inom vetenskapen. Men till skillnad från positivisterna är den fenomenologiske forskaren inkluderad i sin studiesituation. Hon står inte utanför sin studie och blickar in, inte heller kan studien bli oberoende av det faktum att den studeras. En nödvändighet med det fenomenologiska synsättet blir då att forskaren måste vara en naturlig del av miljön. Hon måste leva sig in och leva med i studiesituationen. Denna typ av metod kan hämtas från etnologiska studier. Att beskriva en studie gjord bland människor, där forskaren lever sig in i situationen kallas för etnometodologisk metod.⁴⁸

⁴⁷ Bengtsson (1988: 36)

⁴⁸ Bengtsson, Jan (2005). Med livsvärlden som grund: bidrag till utvecklandet av en livsvärldsfenomenologisk ansats i pedagogisk forskning, s. 45.

Det var av stor vikt att jag under observationerna skulle kunna leva mig in i och ta del av situationen på ett genuint sätt. Tio minuter innan ständes träff med informanten där jag fick en snabb presentation av det kommande mötet. Kunden hade i kontakt med säljaren på förhand tillfrågats om att delta i studien. Vid mötet med kund presenterades jag kort och satt sedan vid sidan av och förde mina anteckningar. Under observationen låg mitt fokus på hur jag (instinktivt) upplevde säljarnas arbete med sina röster för att inge 'förtroende'. Jag tittade på *samspelet* mellan säljare och kund (intersubjektiviteten). *Paralingvistiska signaler* noterades och huruvida dessa speglade kundens. De röstliga egenskaper som studerades baserades på logonomens röstanalys: röstläge, röststyrka, röstkvalitet, artikulation, tempo, variation och övrigt. Deltagarnas kroppsspråk, mina känslor och specifika stämningar (t.ex. skratt), begrepp och synpunkter som väckte mitt intresse under samtalets gång skrevs ner. Jag försökte hela tiden läsa av signaler som kunde tyda på att jag var något viktigt på spåret. Exempelvis när en deltagare verkade exalterad eller upprepade samma begrepp eller kroppsrörelse. Delar av mötet spelades in på röstmemoappen på min telefon för senare analys (inspelning C).

4.2.2 Del två; förstapersonsperspektivet

Observationerna från del ett användes som underlag till del två i undersökningen: förstapersonsperspektivet och samtalen. Eftersom jag redan skapat en relation till informanterna blev det kommande samtalet naturligt och mycket givande. Del två strukturerades så att säljarna fick förbereda och presentera en säljpitch (inspelning A) på ca. 3 minuter där jag föreställde mottagaren (VD:n på ett sminkföretag). Informanten kom därav att vara i nära kontakt med *upplevelsen av fenomenet* för det kommande samtalet.

Fenomenet varseblivs på ett direkt och intuitivt sätt. Detta första, direkta erfandet av ett fenomen måste vara intuitivt. "Så snart vi reflekterar, hamnar vi emellertid i förvillelser och förvirring".⁴⁹

Samtalet som följde säljpitchen fokuserade på ett förstapersonsperspektiv; informatens upplevda existens av 'förtroende i rösten'. De ägde rum med en informant i taget och varade i ca. 40 minuter. Under planeringsfasen övervägde jag att spela upp inspelningen av säljpitchen under samtalet som en "stimulated recall"⁵⁰ men insåg att den metoden skulle motsäga förstapersonsperspektivet. Enligt Husserls fenomenologi skulle då den inre upplevelsen istället riskera att bli ett försök till en analys och inte längre vara *intuitiv*. Syftet med samtalen var att få fram en så bred och noggrann beskrivning som möjligt av upplevelsen 'förtroende i rösten'. I ett försök att uppnå önskat resultat tog jag fram tre övergripande frågeområden över specifika ämnen jag ämnade beröra. Likt den semistrukturerade intervjumetoden gav samtalen deltagaren stor frihet att utforma svaren.⁵¹ Genom att upprepa samma fråga/synpunkt, med en aningen annan vinkling, kunde jag få fram samma sak från olika håll, vilket bidrog till ett resultatet med högre validitet. Samtalet spelades in på röstmemoappen på min telefon för senare analys (inspelning B).

I resultatkapitlet presenteras en röstanalys och en jämförelse mellan rösterna i inspelning A och B. Valet att analysera "säljrösten" utifrån inspelning A istället för inspelning C baseras på en eftersträvan att uppnå ett resultatet med hög validitet. Inspelning A, säljpitchen, erbjöd en möjlighet

⁴⁹ Husserl, Edmund (1936). *Geometrins ursprung*, s. 175.

⁵⁰ En metod där man med hjälp av inspelat material dokumenterar en intervjupersons verksamhet. Den intervjuade får kort efter inspelningen ta del av materialet för att se och höra sig själv i aktion och kommentera inspelningen. (<https://gup.ub.gu.se/publication/102848>)

⁵¹ Patel, Runa & Davidsson, Bo (2017). *Forskningsmetodikens grunder*, s. 82.

att analysera ett liknande material där jag själv (i alla fem inspelningar) representerade kunden och där samma situation användes för alla fem inspelningar. Rösten i säljsamtalet (inspelning C) låg subjekt till “den andre” och sammanhanget för just det specifika mötet.

Rösterna analyserades med hjälp av logonomens röstanalys och sammanställdes i slutändan till en och samma representativa analys. Genom att lyssna på inspelade röstexempel analyseras, identifieras och jämförs olika röstliga kvaliteter: röstläge, röststyrka, röstkvalitet, andning, artikulation, tempo, variation och övrigt. Under punkten “övrigt” hittar vi bland annat bekräftelsejud och kroppshållning, här använder jag min induktiva kunskap kring rösten och fenomenet för att få med så många parametrar som möjligt. Min analys blir på så sätt både induktiv och deduktiv.

4.2.3 Frågeområden

Samtalen baserades på tre övergripande frågeområden som formats med hjälp av Husserl och den amerikanske filosofen Herbert Spiegelbergs fenomenologiska begrepp; *upplevelse* och *abstraktion*.⁵² *Upplevelsen* syftar till informatens existens kring fenomenet, i detta fall den intuitiva upplevelsen av den egna rösten. *Abstraktionen* är en retrospektion som berör *essensen* av fenomenet. Informanten får en möjlighet att beskriva hur hen *erfar* fenomenet och tankar kring det. I steg ett, *Upplevelsen*, ska fenomenet vara baserad på den egna upplevelsen och vidare åskådliggöras i de egna tankarna som slutligen återges med de egna orden. Upplevelsen innefattar både observation, analys och beskrivning och ska göras intuitivt.⁵³ I steg två, *Abstraktionen*, lämnar vi det konkreta och riktar in oss på det abstrakta för att undersöka fenomenets väsen eller “egenhet”. I ett försök att närma mig *abstraktionen* har jag, på ett ödmjukt och nyfiket sätt, använt mig utav begrepp och frågor som syftat till att försöka locka informanten att dela med sig av ett större perspektiv i sina tankar kring fenomenet. Istället för att hela tiden “driva på” samtalet har jag försökt ha tålmod och en lyhördhet för de funderingar och den tankeprocess som kom att uppenbara sig i rummet. Samtalet svävade inte bara kring erfarenheter och tankar om fenomenet ‘förtroende i rösten’ utan även till andra relaterade fenomen som vävdes in i samtalet och kom att färga *existensen*.

Här följer exempel på de frågor som förekom under samtalen:⁵⁴

1. Upplevelsen av *den egna rösten*, samt om och på vilket sätt den förändras i säljsituationen.

- Hur skulle du beskriva din röst?
- Hur använder du din röst i säljsituationen i jämförelse med privat? Kan du ge exempel på några specifika kvaliteter du strävar efter i din röst i säljsituationen?

2. Den *interaktiva upplevelsen av förtroende i rösten*.

- Hur kan kunden komma att påverka det sätt det sätt du använder din röst på? Kan du ge specifika exempel?

⁵² Bjurwill (1995: 81-82). Refererar och översätter Spiegelberg (The Phenomenological movement 1960).

⁵³ Bjurwill (1995: 87).

⁵⁴ Frågorna ställdes inte nödvändigtvis i denna ordning eller med denna fraserings. En del av de frågor som förekom kan inte klassas under dessa tre teman utan hamnade i skärningspunkter eller “gråzoner”.

- Hur tror du att kunden upplever din röst? På vilka sätt kan denna upplevelse tänkas skilja sig åt beroende på vilken kund du har framför dig?

3. Andra länkade fenomen som kan bidra till upplevelsen av förtroende.

- På vilka sätt kan specifika attribut eller personliga egenskaper hos kunden komma att påverka hur du arbetar med din röst?
- Kan du ge exempel på situationer som kan komma att påverka dina förutsättningar att skapa ett förtroendeingivande intryck?
- På vilka sätt arbetar du med ditt kroppsspråk under säljsamtalet?

4.2.4 Tolkning

I de flesta yrkesområden förekommer ett "gemensamt språkbruk" som används utav de anställda och skapar en känsla av sammanhållning och behörighet. "Yrkesjargong" kan vara alltifrån förkortningar och svengelska ord till fackuttryck, yrkesspecifika termer och produktnamn som kan vara svåra för utomstående att förstå. Ibland har personalen genomgått en yrkesutbildning där de fått ta del utav denna typ av termer och tankesätt. I samtalen med säljarna kan det vara så att deras upplevelse av fenomenet färgats utav "yrkesjargong", vilket betyder att deras kommentarer riskerar vara "inlärda" svar. Det är omöjligt att veta om jag fångat säljarens "faktiska" upplevelse av fenomenet eller något helt annat.

Min uppfattning är att säljarna, i de samtal som ingått i undersökningen, refererat till den "egna" upplevelsen. Vi diskuterade "reella" situationer som tidigare inträffat under de säljsamtal som jag observerat; säljarnas svar och tankar skildes åt; under samtalen uppmuntrades säljaren att utveckla sidospår och personliga berättelser, allt i ett försök att nå den "faktiska" upplevelsen av fenomenet.

4.3 Fenomenets beskrivning

Med hjälp av ett wordcloud har *existenser* från båda perspektiven sammanställts. Storleken på texten visar hur ofta ordet använts och med färgen vilken kategori ordet tillhör. Wordcloudet kom till genom tre steg. I *steg ett* bearbetades empirin, ett hundratal ord och meningar som upplevdes vara viktiga och centrala i sammanhanget plockades ut. I *steg två* klassades det samlade materialet från steg ett ihop under representativa ord ur logonomens ordförråd, dessa skrevs sedan ner på individuella post-it lappar. Syftet med att använda representativa ord var att förenkla för det kommande analysarbetet. Genom att i *steg tre* försöka gruppera ihop post-it lapparna gjordes ett försök att lyfta fram olika teman. De tre kategorierna uppenbarade sig slutligen: *paralingvistiska signaler*, *personlighetsdrag* och *intersubjektiva erfarenheter*. Det sammanställda empirin framställdes till sist, med hjälp av en automatisk process, på hemsidan wordcloud.com.

Det förekom att informanten under samtalet förevisat en tanke genom att agera ut en situation istället för att beskriva den med ord. I dessa fall har jag tolkat materialet och skrivit ner vad jag upplevde att informanten hänvisat till. Vissa ord kunde inte klassas under endast en kategori utan passar in i två eller ibland alla tre kategorier, i dessa fall har jag valt den gruppering som jag upplever relaterar starkast till existensen i fråga.

Valet att använda just ett wordcloud baseras på viljan att visa så många existenser som möjligt ifrån den stora mängd empiri som samlats in från studien. Studiens många olika delar, där både samtal

och observationer ingick, och valet att skildra fenomenet utifrån två perspektiv, resulterade i ett empiri som var nästintill omöjligt att presentera på några få sidor. Fenomenologin avfärdar inte någon erfarenhet av ett fenomen utan strävar efter all låta allt inbegripas i fenomenets beskrivning.⁵⁵ Wordcloudet erbjöd en möjlighet att, i enlighet med fenomenologin, visa upp så mycket som möjligt ifrån det samlade empiriet. I analysen och sökandet efter fenomenets *essens* fanns även en poäng med att framhäva essentiella eller centrala begrepp. Wordcloudet visar, med hjälp utav storleken på texten, frekvensen av de olika orden. Min uppfattning är att frekvensen visar på just det som är *essentiellt* eftersom det kommer upp många gånger i empiriet. En problematik kan dock ligga i tolkningen, det kan även vara så att något inövat eller "yrkesjargong" repeteras och något essentiellt drar sig undan och skymms.

4.4 Avgränsning av fenomenet

Fenomenet 'förtroende' är omfattande och innefattar alltifrån röst, kroppsspråk, kunskap och språkbruk till personlighet och självkänsla. Jag har valt att fokusera på, men inte isolera, rösten i detta stora sammanhang. Då studien baseras på den *intersubjektiva* upplevelsen av fenomenet kommer andra parametrar att behandlas, större delen av studien bearbetar dock *rösten* i fenomenet 'förtroende'. Det empiri jag baserar min undersökning på består av både observationer och inspelade samtal. I observationen baseras upplevelsen på människan och hela den levande kroppen i rummet och i mötet med omvärlden. Under den del som behandlar de inspelade rösterna blir plötsligt ordval, tonfall, pauser, tempo och röststyrka den helhet jag baserar min upplevelse på.

5. Resultat

Fenomenet 'förtroende i rösten' är både omfångsrikt och komplext, vilket har resulterat i den stora mängd empiri jag samlat in under studiens gång. I detta kapitel presenteras de resultat som jag uppfattar är de mest *essentiella* och som ligger till grund för den senare analysen.

5.1 Samtal och observationer

Under studiens gång har jag gjort ett försök att fånga upplevelsen av fenomenet 'förtroende i rösten' och dess *existens* genom samtal och observationer. I kapitlet presenteras resultaten utifrån ett förstapersonsperspektiv med en sammanfattning av samtal och utvalda citat, samt utifrån tredjepersonsperspektivet med urval av anteckningar från observationerna. Slutligen presenteras ett wordcloud där *existensen* från båda perspektiven förts samman.

5.1.1 Sammanfattning av samtalen

1. Upplevelsen av *den egna rösten* samt om och på vilket sätt den förändras i säljsituationen.

Samtliga informanter upplevde att de arbetade med rösten på ett specifikt sätt i säljsituationen. En del svar bearbetade vikten att "poängtera" med rösten genom att artikulera tydligt, betona stavelser samt variera tonläge, talstyrka och taltempo. Att använda sig av bekräftelseljud men däremot

⁵⁵ Leijonhufvud (2008: 45).

undvika utfyllnadsljud var eftersträvansvärt. Vikten av att förmedla ett "lugn" med talrösten, att använda mycket pauser, inte vara monoton och att inte vara rädd för tystnaden nämndes ett flertal gånger. Under kundmöten vill de låta "extra glada, nyfikna, proffsiga" samt ha pondus i rösten. Tre av fem nämnde att en mörk röst förmedlar förtroende till större grad än en ljus röst.

2. Den interaktiva upplevelsen av en förtroende i rösten.

Samtliga informanter upplevde att de aktivt arbetar med att *spegla kunden* i säljsituationen genom att anpassa taltempo, talstyrka och kroppsspråk efter kunden. Några utav informanterna beskriver däremot hur de fokuserar på att hålla taltempot nere om kunden pratar väldigt snabbt. Samtliga var överens om att de genom sin talröst vill förmedla stor entusiasm kring produkten. Fenomenet 'förtroende' verkar vara länkad till om de "*klaffar*" eller "*klickar*" med kunden. Informanterna lägger stor vikt på att "*lyssna in*" kunden och att hen ska känna sig "*sedd*".

3. Andra länkade fenomen som kan bidra till upplevelsen av förtroende.

Några utav informanterna beskrev hur de arbetar med talröst och kroppsspråk på *olika sätt* beroende på om kunden var man eller kvinna. Ett annat länkat fenomen som framkom var att upplevd ålder på säljaren verkade spela roll. En informant strävade efter att låta yngre medan en annan menade att upplevelsen av en "*fadersgestalt*" var något att sträva efter. En informant nämnde att hen sålde bättre när hen var bakfull och att det kunde bero på att rösten blev mörkare och möjligen att hen då var lite lugnare och mer avslappnad än annars. Fyra av fem utav informanterna spelar instrument eller sjunger och en utav de har arbetat professionellt som DJ. Det kan således vara så som jag frågar mig i inledningen; att det finns ett samband mellan de erfarenheter en musiker besitter, känslan för samspelet mellan rytm, klang och melodi och förmågan att förmedla *förtroende*.

5.1.2 Citat och urval

Citat från inspelning B; ett förstapersonsperspektiv.

"Min röst får kunden att känna sig bekväm" (i1)

"Jag upplever att jag har en fördel som har en dialekt som även är svårplacerad" (i2)

"Jag når bäst säljresultat när jag är bakis" (i3)

"Rösten är mitt vapen" (i4)

"Man ska klicka med kunden" (i5)

"Man får förtroende för någon man tycker om" (i3)

"Som säljare vill jag att kunden upplever att vi klickar" (i1)

Urval av anteckningar från observationen; ett tredjepersonsperspektiv.

"Levande energiska ögon, ett konstant leende och hen håller tät ögonkontakt med kunden"

"Glad, det är rolig och avslappnad stämning"

"Lyssnar och instämmer aktivt"

“Säljaren använder kroppen och händerna för att förstärka budskapet men håller sig annars relativt stilla. Hen utstrålar en självsäkerhet och ger ett förtroendeingivande intryck.”

“Ser ofta att säljaren använder sig av spegelmimik. När kunden för handen till hakan gör även säljaren det och i samma stund som kunden för ner handen gör säljaren detsamma.”

“Behaglig röst med god resonans, god artikulation, god andning och ett väl anpassat taltempo.”

“Aningen snabbt taltempo vilket bidrar till upplevelsen av en bakomliggande energi och ett engagemang .”

5.1.3 Wordcloud

Existenser av fenomenet 'förtroende i rösten' presenteras med samlade ord från ett första- och ett tredjepersonsperspektiv. Storleken på texten visar hur ofta ordet använts och med färgen vilken kategori ordet tillhör.



Figur 2. Wordcloud; fenomenets existens presenteras med ord samlade från samtal och observationer. Storleken på texten hänvisar till hur ofta ordet använts och färgen hänvisar till tre kategorier *paralingvistiska signaler*, *personlighetsdrag* och *intersubjektiva erfarenheter*.

Ofta förekommande existenser visar sig vara 'spegla kunden', 'variation i rösten' och 'bra taltempo'. Tittar vi på kategorierna så dominerar färgen orange, vilket tyder på att *personlighetsdrag* troligen spelar stor roll i fenomenet 'förtroende i rösten'. *Paralingvistiska signaler*; den blå färgen, tar ett nästan lika stort utrymme.

Nedan följer exempel på ord och begrepp som grupperats in under *representativa* ord:

Genuin: ej säljig; ej fejk; försöker vara sig själv; ej tillgjord; ej för "på".

Variation i talrösten: ej monoton; betona vissa specifika stavelser och ord; prata svagare ibland och starkare ibland; säga vissa saker långsammare; om nåt är extra bra ska det märkas på hur det sägs.

Inlyssnande: ställa frågor; lyssna till kunden; få kunden att känna sig hörd; tar mig tid att fråga om alla är med; jag ser dig.

Entusiasm: jag själv tycker det är intressant; engagerad; drivkraft.

Lugn: laid back; chill; bakis; avslappnad; ej darra pa rösten.

Spegla: Anpassa sig efter kunden; sätta sig på samma nivå; härma kundens tempo; härma kundens taltonläge och styrka.

Använda pauser: ej rädd för tystnaden; våga vara tyst.

God självkänsla: en person som inte behöver bekräftelse; inge känslan av att det inte gör något om de inte köper för då ringer jag bara nästa person.

Glad: positiv; le.

5.2 Spegling i taltempo

Intresset för spegling i taltempo väcktes då begreppet nämndes ett flertal gånger både i första- och tredjepersonsperspektivet. Enligt fenomenologin kan vi först utgå från sinnen och sedan över till förnuftet. Husserl påpekar att våra sinnen kan spela oss spratt, här presenteras ett försök att bringa fenomenet till existens. Rytmi i talet kan analyseras genom den relativa hastigheten i uttalet av stavelserna i ett ord eller en mening, alternativt en persons hela tal inklusive pauser.⁵⁶ Genom att räkna antalet stavelser per sekund kunde ett resultat presenteras som bekräftar den upplevda *speglingen*. Informanterna har hänvisat till *speglingen* i taltempo som något instinktivt som sker i början av säljmötet. Ett parti från introduktionsdelen av ett säljmöte (inspelning C) valdes ut baserat på tillhörande anteckning där en upplevd känsla *spegling* noterats. Genom att lyssna tillbaka på det inspelade partiet kunde anteckningens validitet fastställas.⁵⁷ Flera delar under säljmötets första minut analyserades och samtliga uträkningar uppvisade liknande resultat, vilket styrker metodens validitet och att resultatet stämmer med liten felmarginal. Här följer en schematisk presentation av resultatet.

⁵⁶ Gelang (2008: 92-93).

⁵⁷ Patel, Runa & Davidsson (2017: 104).

Säljare: Hen presenterar vad mötet kommer gå ut på och avslutar med “berätta lite om din roll och vad du ansvarar för”.

Taltempot ligger på ca. **5,52 stavelser/sek**

Kund: “Jag är ansvarig för affärsutveckling och kommunikation på X och under kommunikation hamnar för tillfället också marknadsföring. Så man kan säga att jag har ett helhetsansvar för storyn”.

Taltempot ligger på ca. **3,8 stavelser/sek**

Medan kunden svarar uttrycker säljaren att hen lyssnar genom bekräftelsejud (mm, förstår...).

Säljare: “Det låter som ett stort uppdrag speciellt på ett företag som X som har så mycket att berätta... (kommer sedan med ett säljargument).”

Taltempot ligger på ca. **4,42 stavelser/sek**

Speglingen visar sig tydligt: I presentationsdelen använder säljaren ett snabbare taltempo, kunden svarar lite långsammare, på vilket säljaren sedan svarar med ett lugnare tempo. Säljaren behåller under konversationen ett aningen högre tempo än kunden, troligen eftersom hen är där för att leda samtalet och är ansvarig för att hålla tiden.

5.3 Röstanalys

I ett försök att fånga uttrycket och upplevelsen i fenomenet 'förtroende i rösten' har jag genomfört fem individuella röstanalyser på informanternas röster; en jämförelse av rösten i *säljpitch* och *spontantal*.

Röstläge	I fyra av fem röster upplevs grundtonen högre (ljusare) i säljpitchen än i spontantalet. I en av rösterna förblev grundtonen oförändrad. Två av fem informanter använder sig utav ett större register i säljpitchen än spontantalet, hos resterande tre upplevs inte någon märkbar skillnad på register i spontantal och säljpitch.
Röststyrka	I fyra av fem röster upplevs röststyrkan högre i säljpitchen än i spontantalet. I en av rösterna förblev röststyrkan oförändrad.
Röstkvalitet	Samtliga röster upplevs som hälsosamma och klangfulla. Röstkvaliteten i tre av fem röster upplevs som oförändrad mellan säljpitchen och spontantalet. Hos en av informanterna tillkom en liten hyperfunktionalitet (ansträngd och spänd röst) och ett slutknarr som blev mer påtagligt i säljpitchen. Den sista rösten upplevdes däremot friare och mer avslappnad i säljpitchen i jämförelse med spontantalet.
Andning	Samtliga informanter använder sig utav bukandning och har en god andningsteknik. Samma röst som ovan beskrivs som hyperfunktionell upplevs däremot ha en aningen sämre andning i säljpitchen än i spontantalet.
Artikulation	Tre av fem informanter behöll samma välanpassade och tydliga artikulation i säljpitchen och spontantalet. Två av fem uppvisade en betydligt mycket tydligare artikulation i säljpitchen.
Tempo	I fyra av fem röster upplevs tempot som snabbare i säljpitchen än i spontantalet, det finns ett tydligt driv. En av informanterna saktade däremot ner tempot i säljpitchen i jämförelse med spontantalet.
Variation	Hos samtliga informanter upplevs en större variation i rösten i säljpitchen än i spontantalet, främst genom att vissa stavelser betonas mer än andra. Samtliga informanter har en ovanligt levande talröst med god variation i både tempo och språkmelodi.
Övrigt	Samtliga informanter använder sig av bekräftelsejud till större utsträckning i säljpitchen och färre pauser. I en av rösterna hörs tydligt att informanten ler under säljpitchen. Samtliga röster kan beskrivas som energiska och engagerade, vilket blir ännu tydligare under säljpitchen. Kroppsmedvetenhet och en god hållning noteras hos samtliga informanter.

Figur 3. En sammanställning av fem röstanalyser som jämför säljpitch och spontantal.

5.3.1 Resultat av röstanalysen

Gemensamt hos samtliga informanter är att de har hälsosamma röster, en god röstteknik och god andning. Det finns inget i själva rösten som tar fokus ifrån det talade budskapet. Detta baserar jag på mina kunskaper som logonom samt att informanterna inte upplevt några problem med rösttrötthet eller heshet. Jag upplever samtliga röster som behagliga och känner ett lugn och en trygghet när jag lyssnar på de inspelade rösterna. Både *röststyrkan* och *röstläget* upplevs i de flesta fall högre under säljpitchen, vilket kan tänkas bero på en underliggande energi bakom det talade budskapet. Analysen av *röstkvaliteten* visar att samtliga röster upplevs som hälsosamma och klangfulla. I jämförelsen mellan säljpitch och spontantal framkommer däremot varierande resultat, en informant fick exempelvis en "sämre" röstkvalitet i säljpitchen. Den "försämrade" röstkvaliteten länkar jag i detta fall till ett ansträngt leende som kan ha orsakat spänningar i rösten. Samtliga informanter behöll en god *andningsteknik* både i spontantal och säljpitch. *Artikulationen* var god och blev i vissa fall ännu tydligare i säljpitchen. *Taltempot* var hos majoriteten aningen snabbare i säljpitchen. Jag upplever samtliga informanter som närvarande med en stark drivkraft i rösten. Rösterna upplevs allt annat än monotona. En stor variation i talstyrka, taltempo, röstklang och röstläge framkommer hos samtliga röster. Under säljpitchen används oftare *bekräftelsejud* och *pauserna* upplevs färre eller kortare. *Bekräftelsejuden* bidrar till upplevelsen av närvaro och ett aktivt lyssnande. En sidoanteckning är att informanterna arbetar på olika sätt med *pauser* i säljsamtalet (inspelning C) och säljpitchen (inspelning A). I säljsamtalet tar säljaren lite längre pauser för att uppmuntra och släppa in kunden i samtalet medan fokus i säljpitchen är att på kort tid få fram budskapet, vilket kräver att säljaren tar allt fokus.

5.3.2 Variation i talrösten

Resultaten visar att *variation* väger tungt som *existens* i fenomenet 'förtroende i rösten', en monoton röst upplevs troligen inte som 'förtroendeingivande'. Det är *variationen* i tonfall och prosodi, röstens styrka och läge som ger orden melodi och innebörd. Ofta är det så att stavelselängd, betoning och tryckstyrka följs åt.⁵⁸ Under observationen noterades säljarens försök att dra fokus till viktiga argument genom att öka talstyrkan i symbios med ett långsammare taltempo. Rösten kan *varieras* på olika sätt, främst genom en kombination av *röstläge*, *röststyrka*, *artikulation* och *taltempo*.

6. Vägen till essensen

I detta kapitel presenteras ett försök att hitta *essensen* i fenomenet 'förtroende i talrösten'. Den metod som används är Spiegelbergs fenomenologiska analysmetod som baseras på Husserls transcendentala reduktionistiska analys. Analysen består av sju delar där *Tolkning* utgör den sista delen. *Tolkning* handlar om att läsa mellan raderna och att tolka dolda meningar, något jag inte anser vara nödvändigt i just detta sammanhang och har därför valt bort denna del. De två första stegen *Upplevelse* och *Abstraktion* har redan presenterats i kapitel 5 och nu återstår fyra steg: *Generalisering*, *Nyansering*, *Konstitution* och *Reduktion*. Med tanke på komplexiteten kring fenomenet upplever jag att denna *filosofiska* analysmetod varit till stor hjälp i mitt arbete och i mitt mål att vidga logonomens förståelse kring fenomenet.

⁵⁸ Backlund (1991: 78).

6.1 Fundamentala förutsättningar

Generalisering är det tredje steget av analysen och en vidareutveckling av steg två, *abstraktionen*. Resultatet av denna utvidgade analys är en ökad insikt om de *fundamentala förutsättningarna* för väsendet av fenomenet. Detta kan bland annat uppnås genom att generalisera från ett fenomen till flera andra.⁵⁹ När Spiegelberg förklarar detta steg använder han exemplet av en triangel. Vilka faktorer är *väsentliga* för att en triangel ska beskrivas som just en triangel och inget annat? Denna metod går att överföra till abstrakta fenomen som 'förtroende i rösten'. Vilka är de *väsentliga faktorerna* som bringar fram fenomenet? Om vi byter ut eller tar bort en komponent, kan rösten fortfarande uppfattas som 'förtroendeingivande'?

6.1.1 En känsla av att vi "klickar"

När resultaten stod färdiga påbörjades analysarbetet och sökandet efter fenomenets essens. Till en början vandrade tankarna kring hur talrösten kunde *beskrivas* eller *bör låta* om den var 'förtroendeingivande'. Under analysen framkom det att fenomenet, i sin komplexitet, krävde ett bredare synfält där tankeprocessen inte bara skildrar individen utan hela sammanhanget och samspelet med "*den andre*". Med fokus på dessa *fundamentala förutsättningarna* för väsendet i fenomenet 'förtroende i rösten' och i takt med att tematiken steg kring *intersubjektiviteten* la jag märke till ett citat ifrån ett av samtalen i mitt anteckningsblock: en känsla av att vi "*klickar*". Citatet fångar på ett tydligt sätt den främsta förutsättningen för fenomenet och står fast oberoende av situation och kulturell bakgrund. Ett flertal *existenser* kring fenomenet 'förtroende i rösten' existerar i den *transcendent*a världen, upplevelser som inte kan kopplas till ett specifikt sinne och som vi inte kan se eller ta på. Några exempel av transcendent *existenser* som fångats upp kring fenomenet är klicka, klaffa, tycka om, lek, attraktion, en glad stämning. En känsla av att vi "*klickar*" blev en övergripande *essens* för den fortsatta analysen. Vad är då *nödvändigt* i essensen och hur kan jag beskriva släktskapet *inom* essensen?

6.1.2 Bekräftelse

För att uppnå detta "*klickande*" måste vi bekräfta "*den andre*". Ett effektivt sätt är att använda *bekräftelseljud*. Dessa "*ljud*" kan se olika ut men det är just "*att ljuda*" som är viktigt, på så sätt uppfattar talaren att mottagaren är intresserad och lyssnar *aktivt*. Här följer *bekräftelseljud*- och *ord* som använts i säljmötet:

"aha" "hmm" "mm" "okej" "ah" "nä" "just det" "ja" "precis" "jag förstår" "uhuh?"
"spännande" "jättebra" "absolut" "superbra" "ojda"

Det förekom även att säljaren snabbt och med egna ord sammanfattat eller repeterat det kunden precis sagt samt att säljaren "*fyllt i*" mitt i en mening när kunden lämnat en liten paus. Säljaren har även skrattat till ibland eller tagit lite längre pauser för att uppmuntra kunden att ta del i samtalet. Bekräftelsen förnimmas sedan hos kunden eller "*den andre*" vilket (förhoppningsvis) leder till att fenomenet 'förtroende i rösten' varseblivs och bekräftas.

6.1.3 Närvaro

Närvaro är en upplevelse som grundas på samspelet mellan *den levande kroppen*, *våra sinnesintryck* och *cogitatio*t. Enligt drama- och röstpedagog Patsy Rodenburg, kan vi närma oss upplevelsen av 'närvaro', i vad hon refererar till "den andra cirkeln", genom att skapa ett fokus kring andningen

⁵⁹ Bjurwill (1995: 101).

och kommunicera en energi med i vår blick, kropp och röst.⁶⁰ I säljsamtalet krävs det att vi är *närvarande* för att kunna uppfatta de subtila signaler hos “*den andre*” som vi ämnar att *spegla*. I förlängning krävs det även att “*den andre*” är närvarande för att kunna erfara fenomenet. Fenomenet ‘förtroende i rösten’ kan endast varseblivas om *både* sändare och mottagare är *närvarande*.

6.1.4 Andning

Andning är av *essens* för människans existens och ligger till grund för fonationen. Genom andningsövningar kan vi lära oss kontrollera andningen och på så sätt stärka vår röstteknik. En behaglig och varierad röst förutsätter en hälsosam röstteknik som baseras på en god andning. En god andning i kombination med en ohälsosam röst kan fortfarande varieras genom röststyrka, tempo och artikulation men troligen inte genom röstläge och röstkvalitet. En hälsosam röst utan god andning medför svårigheter att överhuvudtaget kunna variera rösten. En god andning är följaktligen av *essens* för att vi ska kunna variera talrösten.

6.1.5 Ett levande kroppsspråk

Trots att jag valt att avgränsa fenomenet ‘förtroende’ till rösten och *paralingvistiska signaler* är det nu dags att titta på en annan del av den icke-verbala kommunikation, nämligen *kroppsspråket*. Vid samtliga observationer noterades en känsla av att de två parterna “*klickade*”, en upplevelse som troligen baseras på *samspelet* mellan den verbala och den icke-verbala kommunikationen. Den gemensamma rytm som uppstår mellan deltagare i ett samtal är av betydelse för hur väl kommunikationen fungerar.⁶¹ Kroppsspråket ska spegla samma intentioner som det talade budskapet annars kan vi uppfatta att personen döljer något. Informanterna hade olika förhållningssätt för att upplevas som ‘förtroendeingivande’; en säljare kunde signalera tydlig pondus med knappt ett enda leende under hela mötet, medan en annan upplevdes som “*flörtig*” med ett konstant leende på läpparna. Gemensamma nämnare i informanternas kroppsspråk var kroppsmedvetenhet, en god hållning, ett välkomnande kroppsspråk, aktiva ansiktsmuskler (mimik), en intensiv ögonkontakt och samtliga säljare speglade kundens kroppsspråk. I ett försök att skala ner de *existenser* som hänvisar till kroppsspråket stod *ögonkontakt* ensamt kvar som en nödvändig *essens* i den interaktiva upplevelsen av fenomenet. Den viktigaste beståndsdel i ett förtroendeingivande kroppsspråk är troligen *ögonkontakt*.

6.1.6 Det inre och yttre lyssnandet

En fundamental förutsättning av upplevelsen av fenomenet ‘förtroende i rösten’ är *lyssnandet*. Det inre lyssnandet sker när vi hör vår egen röst i vårt huvud och det yttre lyssnandet refererar till att ta emot ljudsignaler utifrån. När vi själva talar, lyssnar vi till vår egen röst både med det inre och yttre lyssnandet; rösten som ljudar i vår egna kropp klingar samtidigt i rummet. I fenomenet ‘förtroende’ lyssnar sändaren till den egna rösten med både det inre och yttre lyssnandet och mottagaren erfar sedan det talade budskapet med hjälp av det yttre lyssnandet.

⁶⁰ Rodenburg, Patsy (2009). Presence.

⁶¹ Gelang (2008: 93).

6.2 Fenomenet framträder på olika sätt

Fenomenet visar sig alltid ur olika vinklar, mot olika bakgrunder och i olika ljus. Med *Nyanseringen* undersöker vi *på vilka sätt* och *hur* fenomenet kan framträda, och strävar efter att presentera upplevelsen av fenomenet och dess självklara rätt att få visa sig i sitt naturliga tillstånd. Vi strävar alltid efter att få en helhet i vår upplevelse och därför fyller vi ut de sidor eller aspekter som saknas.⁶² I den föregående analysen har jag identifierat vad som är absolut nödvändigt för att 'förtroende i rösten' ska uppfattas som just 'förtroende i rösten'. Nu frågar jag mig istället på vilka olika sätt fenomenet kan framträda. I de tidigare stegen av analysen har fokus legat på att hitta enhetliga eller gemensamma upplevelser inom *existensen* av fenomenet. Genom att nu istället fokusera på olikheter och avvikelser kan vi identifiera hur upplevelsen av 'förtroende i rösten' kan se olika ut.

6.2.1 Motsägande existenser

Under samtalen var informanterna överens om att det inte finns en viss "typ" av röst som alla i hela världen upplever som förtroendeingivande, däremot verkar det finnas vissa faktorer i rösten som bidrar till 'förtroendeupplevelsen' såsom *variation i rösten*. Det förekom även en del avvikelser i *existensen* av 'förtroende i rösten':

Neutral röst ≠ "Positivt med en dialekt som sticker ut"

Snäll och gullig ≠ Styrka; Pundus; Fadersgestalt

Ljus röst ≠ Mörk röst

Inte så stark röst ≠ Stark röst

Tala fritt och som till en kompis ≠ "Uppfattas som proffsig"; Respektingivande

Genom att hitta motsatser i *existensen* blev det lätt att utesluta faktorer och istället fokusera på det konsekventa för att så småningom finna *essensen* i fenomenet 'förtroende i rösten'. Nu stod det klart att element såsom: en mörk, ljus, stark eller gullig röst inte spelar så stor roll. De motsägande existenserna visar i sig på en möjlig *essens*; *ytterligheter*. Kan det vara så att det är positivt att vara någon form av *yterlighet* för att upplevas som 'förtroendeingivande'? Att det möjligen är negativt att befinna sig mittemellan? Det skulle kunna vara så att säljaren, genom att befinna sig på en yterlighet, drar till sig uppmärksamhet och kan ta den plats i rummet som krävs för att hen ska upplevas som säker på sin sak och 'förtroendeingivande'. Att befinna sig på en yterlighet kräver ett visst mod och en stark självkänsla.

Begreppet "mörk röst" tar en relativt stor del i *existensen* av fenomenet 'förtroende i rösten' (se figur 2) men är samtidigt en del av den motsägande existensgruppen. Här kommer en möjlig förklaring: grundtonen i rösten bör ligga bra till i förhållande till individens talapparat och anatomiska förutsättningar. Är du osäker blir du troligen spänd och till följd blir röstens grundton högre. Är du däremot avslappnad sjunker röstens grundton. Det är just denna *upplevelse* av att röstens grundton är lite lägre i förhållande till talapparaten som ger ett avslappnat intryck. Troligen är det detta som informanterna menar när de använder begreppet "mörk röst". En avslappnad röst ger ett intryck av att vara säker på sin sak vilket i sin tur förmedlar 'förtroende'. Om rösten är *ljus* eller *mörk* är inte av betydelse utan det centrala är att rösten upplevs som avslappnad och behaglig. Detta resonemang kan förklara varför jag, i ett tredjepersonsperspektiv, upplevde att röstläget blev

⁶² Bjurwill (1995: 105).

ningen högre vilket uppfattas som *ljusare* under säljsamtalet och varför "ljus röst" finns med som (motsägende) existens i fenomenet.

6.2.2 Spegling

Vi kan spegla varandra genom verbala och icke-verbala signaler, syftet är att skapa en genuin empati för den andre genom att söka spegla hans känslor som just kommit till uttryck. Denna teknik inspirerar samtidigt till ett aktivt lyssnande.⁶³ Under observationen framkom det att *spegling* används av säljaren i ett försök att närma sig fenomenet 'förtroende i rösten'. Fenomenet kan därav framträda på olika sätt hos en och samma person beroende på vem mottagaren är. En skicklig säljare bemästrar, likt en kameleont, konsten att "*spegla*" kunden genom att anpassa både sitt kroppsspråk och paralingvistiska signaler efter kundens. Enligt fenomenologin kommer kommunikation till stånd genom att jag låter min förståelse av den andres till-världen-varo få komma till uttryck i min egen till-världen-varo, dvs. genom att jag övertar och kroppsligt vidareför den betydelseinriktning som finns angiven i den andres handlande.⁶⁴ Först krävs en förmåga att kunna läsa av "*den andre*", att analysera och förutspå den andres intentioner för att sedan kunna anpassa mina egna enligt detta.⁶⁵ Genom att bland annat *läsa av* och *spegla* varann kan vi uppnå en känsla av att vi "*klickar*". Denna transcendentala upplevelse går inte att bevisa eller att ta på, precis som kärlek eller attraktion, den finns där ibland och ibland inte.

Under observationen fokuserade jag på om säljaren speglade kunden, då det är i säljarens intresse att skapa en känsla av 'förtroende'. Jag funderar nu på om min förförståelse hindrade mig från att se att även kunden, i sin tur, kan ha speglat säljaren? En känsla av att vi "*klickar*" bygger på ett *samspel*, vilket tyder på att speglingen sker från båda håll. "*Klickandet*" är troligen ett resultat av en simultan växelverkan som sker på kommunikationens alla plan.

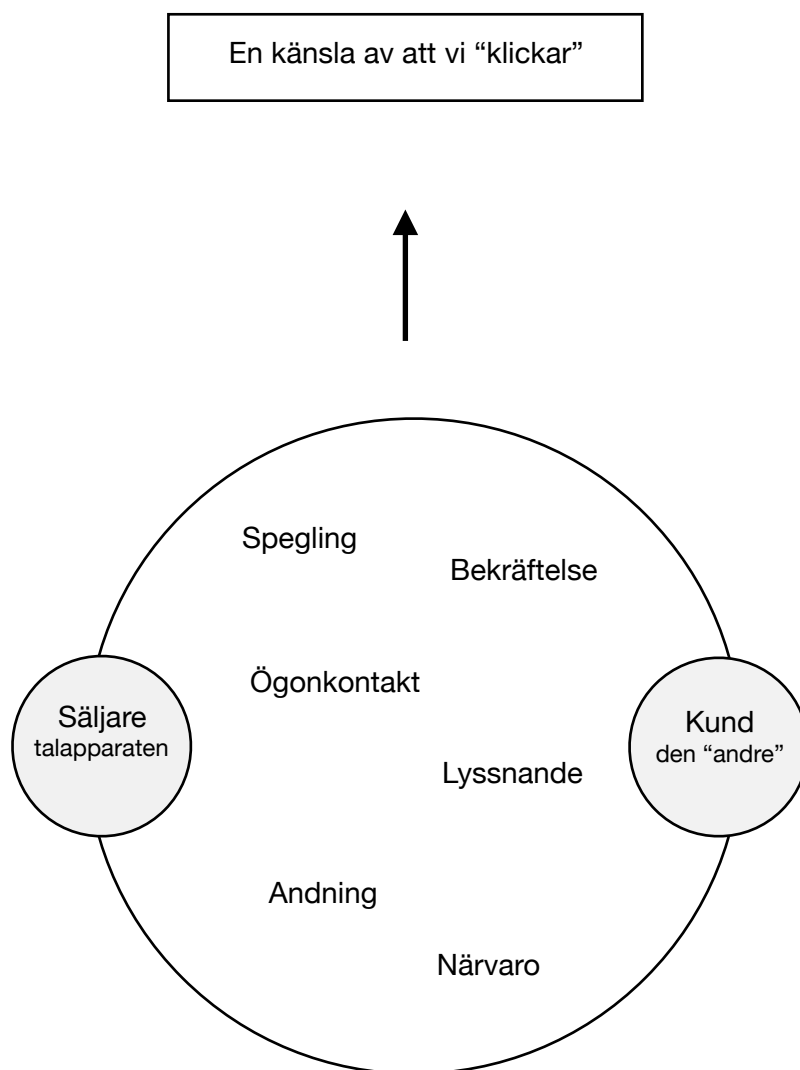
⁶³ Graeme och Dimbleby (1997:173)

⁶⁴ Bengtsson (1988: 90).

⁶⁵ Anders, De Jong, Christian, Haynes, Ethofer (2016). A neural link between affective understanding and interpersonal attraction.

6.3 Tankekarta

I femte steget, *Konstitution*, presenteras en tankekarta och de *essenser* av fenomenet 'förtroende i rösten' som den sista och nästkommande delen av analysen bygger på. I figuren nedan visas det samspel som sker mellan sändare och mottagare och hur de möts i närvaro, andning, lyssnande, ögonkontakt, bekräftelse och spegling för att uppnå känslan av "klickande".



Figur 4. Tankekarta som utgör vägen till *essensen* i fenomenet 'förtroende i rösten'.

6.4 Fenomenet varseblivs

I detta sista steg utav analysen, *Reduktion*, ska fenomenet framträda så rent och tydligt som möjligt. Den förförståelse som finns kring fenomenet ska nu sättas åt sidan, i fenomenologiska termer kallas detta för *epoché*. Denna rena och slutgiltiga *essens* ska existera utanför all kontext såsom kulturell bakgrund, situation, genre och historiskt sammanhang. Nu ska *essensen* i fenomenet 'förtroende i rösten' analyseras utanför sammanhanget, som i detta fall har varit säljsituationen. De *existenser*

som presenterats i resultatkapitlet har genom analysen sållats ut, vänts upp och ner på, klossats samman och till slut blivit till *essenser* och en del utav tankekartan (figur 4). Nu ska slutligen släktskapet inom *essensen* reduceras till det absolut mest essentiella.

6.4.1 Fenomenets reduktion

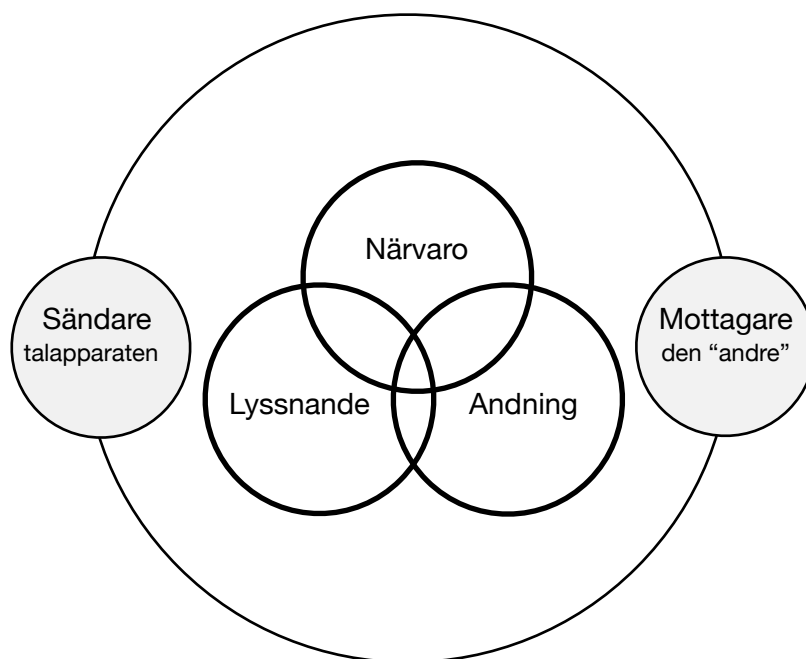
Fenomenet ‘förtroende i rösten’ har genom analysen visat sig vara en *intersubjektiv upplevelse*. Fenomenet har sitt ursprung i talarens *fysiska kropp* genom andningen, talapparaten, kroppsspråket och det inre och yttre lyssnandet. Mottagaren tar sedan emot budskapet i sin *fysiska kropp* genom det yttre lyssnandet som sedan ska varseblivas med *sinnestryck* och *cogitatio*. I alla delar av händelseförloppet är den transcendentala världen närvarande i den elektricitet som bringar fram den intersubjektiva upplevelsen av ett “*klickande*”. Fenomenet tar plats i den reella tiden och rummet och samtidigt i den transcendentala världen. Med all förkunskap nu åsidolagd, kan fenomenet ‘förtroende i rösten’ existera utan vissa av de *essenser* jag hittills upplevt som nödvändiga?

Kan fenomenet existera utan	ja	nej
Andning		x
ögonkontakt	x	
Närvaro		x
Spegling	x	
den “andre”		x
Bekräftelse	x	
Talapparaten		x
Lyssnande		x

Figur 5. Fenomenets reduktion.

6.4.2 Sammanfattning av reduceringen

Fenomenet ‘förtroende i rösten’ kan endast existera om det varseblivs, det är inte en självklarhet i sig och existerar inte oberoende av “*den andre*”. I förlängning kan ett och samma försök att bringa fram fenomenet antingen erfaras eller, beroende på vem mottagaren är, kan samma försök gå förlorat. Fenomenet existerar i det kontinuerliga loop av feedback som sker mellan deltagarna. I säljsituationen sker en slags *dans* mellan säljare och kund där *paralingvistiska signaler* och *kroppsspråk* harmonierar och varseblivs både i den *reella* och *transcendentala världen*.



Figur 6. *Essensen* av fenomenet 'förtroende i rösten'.

'Förtroende i rösten' är en intersubjektiv upplevelse där sändare och mottagare möts i Andning, Lyssnande och Närvaro.

Det här är min analys *givet* tidsaspekten, min metod och min empiri. Det är möjligt att man vid fler undersökningar skulle kunna komma ännu längre och kanske upptäcka att några av de egenskaper och förutsättningar som jag anser vara av *essens* visar sig inte riktigt behövas, eller så skulle det kunna visas att jag missat något. Ögonkontakt, spegling och bekräftelse har legat väldigt nära och har kvalificerat sig för att vara med i *essensen*. Jag resonerar dock att de inte behövs i precis alla situationer där 'förtroende i rösten' framträder som fenomen. Till exempel kan en inspelad röst uppfattas som förtroendeingivande utan någon som helst interaktion och är därför oberoende av "den andre" på alla plan förutom i själva *erfarandet* (bekräftelsen). Variation i rösten och ett väl anpassat röstläge är positiva egenskaper i fenomenet 'förtroende i rösten' men de är inte nödvändiga i sig. Det är i närvaron och andningen som fenomenet uppenbarar sig, i förlängning skulle det vara nästintill omöjligt att uppfatta en helt monoton eller extremt spänd röst som närvarande. Mitt resonemang här är att variation i rösten och ett väl anpassat röstläge hamnar under närvaro och andning. Personlighetsdrag och självkänsla skulle kunna vara *essenser* i fenomenet men varken tid eller utrymme fanns att utforska dessa parametrar och därför fick de inte vara med.

7.Diskussion

Detta avslutande kapitel behandlar reflektioner kring metod och resultat samt en jämförelse med forskning som behandlat liknande fenomen. Pedagogiska konsekvenser och förslag på vidare forskning presenteras.

7.1 Resultatdiskussion

Syftet med studien var att uppnå en ökad kunskap om den *intersubjektiva upplevelsen* av fenomenet 'förtroende i rösten' vilket i sin tur ämnar hjälpa logonomen i sitt arbete. Genom att analysera samtal och observationer som genomförts både ur ett första- och tredjepersonsperspektiv har syftet uppfyllts och en möjlig *essens* av fenomenet har klargjorts. 'Förtroende i rösten' är en *intersubjektiv upplevelse* där sändare och mottagare möts i *Andning, Lyssnande* och *Närvaro*.

Det talade budskapet framkommer inte som en *existens* av 'förtroende i rösten' i min analys. Självklart är det av betydelse men förtroendeupplevelsen verkar mycket starkt länkad till intersubjektiviteten och samspelet med "*den andre*" vilket främst baseras på kroppsspråk och paralingvistiska signaler. Mehrabian menar att mottagaren i första hand tolkar mimiken 55%, därefter paralingvistiken 38% och till sist det verbala budskapet 7%, vilket verkar överensstämma även med mina resultat. Min studie visar att en *röst utan störningar*, med *variation* och *god resonans*, bidrar till upplevelsen av 'förtroende i rösten'. Dessa resultat överensstämmer med Burgoons forskning kring sambandet mellan 'övertygande' och ' trovärdiga' talare. Han fann att den talare som anses trovärdig hade en röst utan störningar, med varierad tonhöjd och en klar stämma. Den klara stämman kan liknas med *god resonans*. Ett lågt röstläge (F0) är en *existens* av 'förtroende i rösten', genom analysen framkommer det att begreppet "mörk röst" hänvisar till en behaglig röst som är väl anpassad till individens anatomiska förutsättningar. Liknande resultat presenteras i den forskning som nämns i bakgrundskapitlet där ett lägre röstläge (F0) bidrar till förtroendeupplevelsen när vi väljer våra ledare. Troligen kan förtroende i ledarskap till viss del jämföras med förtroende i säljsituationen. I säljsituationen är dock en behaglig röst att föredra framför en mörk röst.

Förmågan att "klicka" med en annan människa genom *närvaro*, *andning* och *lyssnande*, beskriver i sig en slags *musikalitet*. Den transcendentala känslan av att "klicka" bygger på det utbyte som sker mellan deltagarna, samma utbyte och känsla kan liknas vid musik. Det kan vara så att studiens resultat framhäver en koppling till musiken, att de *egenskaper* och *erfarenheter* som musikern besitter mycket väl kan tänkas bidra till 'förtroende i rösten'. Resultaten kan länkas till Trevarthen och Mallochs forskningsresultat som betonar att förmågan att kommunicera med andra baseras på *musikaliska beteendemönster*. I en kombination av Seashore och Mursells teorier kan säljarens "musikalitet" tänkas byggas dels på *enskilda förmågor* (såsom gehör och rytmkänsla), men framförallt på en *övergripande förmåga* att kunna förmedla den emotionella uttryckskraften, i kropp och själ, och vidare till "den andre".

7.2 Pedagogiska implikationer

Analysen lyfter fram hjälpmedel och tankesätt som ligger till grund för upplevelsen av fenomenet. Logonomer skulle, med resultaten i åtanke, kunna fokusera sitt arbete kring *närvaro* och *andning* för att sedan introducera röstövningar som uppmuntrar till variation i rösten. Genom att fokusera på samspelet mellan kropp och röst kan pedagogen främja de förutsättningar som krävs för att *läsa av*, *spegla* och *ta in mottagaren*. I enlighet med den pedagogiska forskning som presenterats i

bakgrundskapitlet, skulle en nyckel kunna vara att bygga upp elevens *självtrillit* eller "jag kan"-känsla och på så sätt erbjuda en möjlighet för eleven att förnimma känslan och upplevelsen av 'förtroende' i den *fysiska kroppen* och i *sinnet*. Genom gruppundervisning, och att inkludera lärandet på ett naturligt sätt i den sociala miljön, skulle eleven erbjudas en möjlighet att öva på just den mellanmänskliga kommunikationen. I *reflektionen* skulle eleven kunna lära sig att identifiera olika röstliga beteendemönster och hur de samspelar med olika *känslor* och *sinnesstämningar*.

Fenomenet 'förtroende i rösten' baseras på en transcendental upplevelse som berör samspelet mellan sändare och mottagare. Resultatet indikerar att fenomenet endast kommer till existens *om* eller *när* det bekräftas hos mottagaren, vilket kan medföra konsekvenser för den som ämnar lära ut fenomenet. En god självkänsla, pondus och självsäkerhet anses vara viktiga *existenser* i fenomenet. En person som inte besitter någon av dessa personlighetsdrag har troligen svårare att relatera till fenomenet. Förmågan att "lyssna in" och "ta in" mottagaren är nödvändig för att spegling ska kunna ske, detta baseras på en viktig *essens*; närvaro. Ur logonomens synvinkel kan närvaro anses vara ett komplext fenomen att lära ut och baseras på att eleven är öppen och mottaglig.

Studiens resultat är inte endast relevant för röstpedagoger men även för alla som arbetar inom servicebranschen och andra yrkesområden där kommunikation utgör en viktig del av arbetet, exempelvis inom vården. Ett förtroendeingivande samtal mellan läkare och patient kan bidra till en framgångsrik behandling. Studiens resultat kan vara till nytta för säljcoacher, rekryterare och alla som ämnar fördjupa sin förståelse för den mellanmänskliga kommunikationen.

7.3 Metoddiskussion

I efterhand kan metodens effektivitet och valet att undersöka fenomenet ur två perspektiv ifrågasättas. Dels har valet medfört en utdragen process kring analysarbetet samt bidragit till att resultaten inte bearbetats till den grad de förtjänar. Fördelen med de två perspektiven är att jag kunnat fånga den *intersubjektiva* upplevelsen av fenomenet 'förtroende i rösten'. Metoden hade kunnat effektiviseras genom att exempelvis slå ihop de individuella samtalen till ett gruppsamtal. Tanken var till en början att *existensen* av fenomenet skulle redogöras på ett individuellt plan. Det var först i analysprocessen som beslutet fattades att sammanföra empirin under ett och samma resultat. Under planeringsfasen var jag orolig för att informanterna skulle påverka varandra, vilket kunnat medföra enhetliga *existenser*. Med facit i handen upplever jag att ett gruppsamtal kunnat bidra till en intressant diskussion som gynnat studien och samtidigt effektiviserat processen.

I valet av informanter kan faktumet att samtliga var anställda på samma företag ha medfört vissa konsekvenser för studien. De kan exempelvis förväntas ha vissa personliga likheter och närliggande förståelse kring fenomenet 'förtroende i rösten', vilket kan ha bidragit till vissa likheter i den upplevda *existensen*.

De individuella samtalen har sett olika ut beroende på var i processen de tagit plats. Ju fler samtal som genomförts desto bättre blev kvaliteten. Genom att ta lärdom av vilket förhållningssätt som var mest effektivt anpassades frågeställningarna för att på bästa sätt fånga fenomenets *existens*. En testintervju hade kunnat påverka på vilket sätt jag, som samtalsledare, närmat mig fenomenet. Det visade sig vara mer komplext än vad jag kunnat föreställa mig att samtala om ett röstrelaterat fenomen med personer som inte är medvetna om talapparaternas funktion eller besitter den vokabulär som jag instinktivt använder mig utav.

När jag ställer mig frågan om *fenomenologi* var den optimala teorin att använda blir svaret både ja och nej. Det har varit tidskrävande att sätta mig in i teorin och det tankesätt som präglar det

fenomenologiska perspektivet, samtidigt har en helt ny värld öppnats upp som berikat mig, både på ett personligt och professionellt plan. Ett så komplext fenomen som 'förtroende i rösten' hade sannerligen, oavsett vetenskaplig teori, varit en utmaning att försöka analysera. Den metod jag använt för att genomföra studien har varit omfattande, möjligen hade fenomenet kunnat skalas av ytterligare till endast en liten del, exempelvis 'variation i rösten' i säljsituationen. Ett mer specifikt och konkret ämne hade troligen passat bättre för en C-uppsats.

7.4 Vidare forskning

Till att börja med vore det intressant att göra en liknande undersökning, där det primära syftet är att länka 'förtroende i rösten' till *musikalitet*, genom att i ett jämförande syfte inkludera säljare utan musikalisk bakgrund.

Denna typ av studie skulle även kunna rikta sig till andra yrkesområden. En liknande undersökning skulle kunna lämpa sig i politiska sammanhang såsom debatter eller tal, anställningsintervjuer, i en rättsal, i samtal mellan lärare och elev eller läkare och patient.

I studien ingick informanter som arbetar på samma företag och har liknande bakgrund. Det skulle vara intressant att studera fenomenet på informanter med olika bakgrund och i andra arbetssituationer.

Referenser

- Anders, De Jong, Christian, Haynes, Ethofer (2016). *A neural link between affective understanding and interpersonal attraction*. doi:10.1073/pnas.1516191113
- Argyle, Michael (1988). *Bodily communication*. London: Routledge.
- Backlund, Britt (1991). *Inte bara ord en bok om talad kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
- Bengtsson, Jan (1988). *Sammanflätningar: Husserls och Merleau-Pontys fenomenologi*. Göteborg: Daidalos.
- Bengtsson, Jan (2005). *Med livsvärlden som grund: bidrag till utvecklandet av en livsvärldsfenomenologisk ansats i pedagogisk forskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Bjurwill, Christer (1995). *Fenomenologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Burgoon, Judee K., Buller, David B. & Woodall, William G. (1996). *Nonverbal communication: the unspoken dialogue*. New York: The McGraw-Hill Comp.
- Burton, Graeme och Dimbleby, Richard (1997). *Oss emellan*. Originaltitel: An introduction to Interpersonal Communication. Översättning av Sven-Erik Torhell. Lund: Studentlitteratur.
- Cuddy, Amy (2015). *Närvaro - Stärk självförtroende med kroppens hjälp*. Originaltitel: Presence - Bringing your boldest self to your biggest challenges. Översättning av Ingalill Bergensten. Litauen: Libris.
- Codex (2018). *Regler och riktlinjer för forskning, informerat samtycke*. Hämtad 2018-12-31 från <http://www.codex.vr.se/manniska2.shtml>
- DeGroot, T., & Motowidlo, S.J. (1999). *Why visual and vocal interview cues can affect interviewers' judgments and predict job performance*. Journal of applied Psychology.

- Dewey, John (1999). *Demokrati och utbildning*. Göteborg: Daidalos.
- Elliot, Ninni (2009). *Röstboken*. Lund: Studentlitteratur.
- Ferm, Cecilia (2004). *Öppenhet och medvetenhet: en fenomenologisk studie av musikdidaktisk interaktion*. Diss. Luleå : Luleå tekniska universitet.
- Falthin, Annika (2015). *Meningserbjudanden och val: en studie om musicerande i musikundervisning på högstadiet*. Diss. Lund: Lunds universitet. Stockholm: Kungliga Musikhögskolan.
- Hellspong, Lennart (2011). *Konsten att tala handbok i praktisk retorik*. Lund: Studentlitteratur.
- Husserl, Edmund (1991). *Geometrins ursprung*. Stockholm: Thales. Originaltitel: Die Frage nach dem Ursprung der Geometrie als intentional-historisches Problem, 1936. översättning Hans Ruin. Ur Jacques Derridas Husserl och geometrins ursprung.
- Husserl, Edmund (2004). *Idéer till en ren fenomenologi och fenomenologisk filosofi*. Stockholm: Thales. Originaltitel: Ideen zu einer reinen Phänomenologie und phänomenologischen Philosophie, 1913. Översättning av Jim Jakobsson.
- Hwang, Philip & Nilsson, Björn (2011). *Utvecklingspsykologi*. Stockholm: Natur och kultur.
- Klofstad, C. A., R. C. Anderson, and S. Peters (2012). *Sounds like a winner: Voice pitch influences perception of leadership capacity in both men and women*. Scientific article: The Royal Society. Hämtad 2018-12-17 från <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3350713/>
- Leijonhufvud, Susanna (2008). *Fenomenologi - avtryck i tre musikpedagogiska avhandlingar*. Magisteruppsats. Kungliga Musikhögskolan i Stockholm: Institutionen för musik, pedagogik och samhälle.
- Malloch, S., & Trevarthen, C. (2009). Musicality: Communicating the vitality and interests of life. I: S. Malloch & C. Trevarthen. *Communicative Musicality. Exploring the basis of human companionship*. Oxford: Oxford University Press.

- Maltén, Arne (1998). *Kommunikation och konflikthantering en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Mehrabian, Albert (1972). *Nonverbal communication*. Chicago: Aldine.
- Mohammar, Elisabet (2009). *Kraften i din Röst - Hur ditt sätt att tala påverkar din vardag*. Borås: Recito Förlag.
- Mursell, James L. (1947). *Growth gradient in music*. Music educators journal.
- .
- Nationalencyklopedin (2020). *Pistis*. Hämtad 2020-04-21 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/pistis>
- Patel, Runa & Davidsson, Bo (2017) *Forskningsmetodikens grunder - att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.
- Poyatos, Fernando (2002). *Nonverbal communication across disciplines. Paralanguage, kinetics, silence, personal and environmental interaction*. Volume II. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publ. Company.
- Rodenburg, Patsy (2009). *Presence how to use your positive energy for success*. Penguin books.
- Samhällsvetenskapliga fakultetens bibliotek (2019). *Persondata och sekretess*. Hämtad 2020-04-10 från <https://www.sambib.lu.se/skriva-och-publicera/forskare/forskningsdata/datahantering/persondata-och-sekretess>
- Seashore, Carl E. (1938). *Psychology of Music*. Hämtad 2020-05-17 från <http://www.ibiblio.org/guruguha/MusicResearchLibrary/Books-English/BkE-Seashore-Psychologyofmusi030417mbp-0076.pdf>
- Schüssler Fiorenza (2002). *Disciplinary matters: A critical rhetoric and ethic of inquiry*. In: Olbricht, Thomas H. & Eriksson, Anders (ed.), *Rhetoric, ethic and moral persuasion in biblical discourse*. New York: T&T Clark International.
- Sundberg, Johan (2001). *Röstlära fakta om rösten i tal och sång*. Visby: Books on demand.