

Läraren som konkurrensmedel

Kunskapskälla, stödperson eller icke-person?

Magnus Frostenson

THE TEACHER AS A MEANS OF COMPETITION. SOURCE OF KNOWLEDGE, SUPPORTIVE COACH OR NON-EXISTENT? The purpose of the article is to show empirically how upper-secondary schools describe, understand and present teachers in their external communication. The ambition is to demonstrate to what extent and how teachers' competencies are stressed by local school management in a competitive setting. Swedish upper-secondary schools' Internet communication to external audiences is content analyzed. Private and public schools are compared. The study finds that teachers' qualities and competencies are rarely communicated. Other aspects are emphasized. When teachers are mentioned, it is usually as a depersonalized category whose function is stressed, for example the role of the teacher in the pedagogical concept or idea that the school adopts. In practice, no differences between private and public schools are found. The findings of the study can be understood in the context of the ongoing discussion on teachers' status. By being "non-existent" in the external communication, the image of the teachers as a group with low professional status is sustained.

Keywords: communication, competition, content analysis, education, teacher, upper-secondary school.

En konsekvens av de senaste årtiondenas reformer av den svenska gymnasieskolan är att huvudmän och lokala skolledningar har fått ökat inflytande över lärarnas arbete. Friskolereformen och det fria skolvalet har inneburit att enskilda skolor – även kommunala – är konkurrensutsatta på ett annat sätt än tidigare. Skolorna måste vända sig utåt och bli kommunikativa. Att lärare – ibland motvilligt – får fylla en funktion i dessa sammanhang är uppenbart, vilket också

Magnus Frostenson är forskare vid Företagsekonomiska institutionen, Uppsala universitet, Box 513, 751 20 Uppsala. E-post: Magnus.Frostenson@fek.uu.se

skolforskningen har uppmärksammat. Företeelser som ”Öppet hus”, gymnasie-mässan och lokala marknadsföringsgrupper är nu en del av många lärares vardag. Läraren är en aktör som genom andra aktiviteter än traditionell undervisning ska bidra till att öka skolans attraktionskraft och utveckling.

Trots detta är lärarens betydelse för skolans attraktionskraft oklar. Kritiker har ansett att gymnasieelever lockas med löften om generös betygsättning, bärbara datorer, flexibla scheman och lediga fredagar, för att ta några exempel. Även om lärare har en roll att spela i den konkurrensutsatta skolans aktiviteter för att få elever intresserade av skolan är frågan om lärarens ämnes- och yrkeskompetens som ett konkurrensmedel öppen. Självfallet kommunicerar gymnasieskolor ut att man har kompetenta lärare. Men det är en öppen fråga vari denna kompetens består och vilken roll läraren har som konkurrensmedel i förhållande till andra.

Syftet med denna artikel är att empiriskt visa hur gymnasieskolor beskriver, förstår och presenterar lärare i sin externa kommunikation. Ambitionen är att visa i vilken utsträckning och hur lärares kompetenser kommuniceras ut av enskilda skolor i ett konkurrensutsatt sammanhang. Detta innebär också att studien bidrar till att fördjupa diskussionen om den lärarroll som lokala skolledningar och huvudmän strävar efter att etablera och kommunicera ut. Undersökningen är därmed ett bidrag till diskussionen om lärarnas professionsutveckling och i synnerhet frågan om lärarnas status. Studien är en innehållsanalys av svenska gymnasieskolors egengenererade material för extern publik. Ett jämförande perspektiv finns mellan kommunala skolor och friskolor.

Konkurrensen och lärarprofessionen

Det tidiga nittioalets friskolereform och ökade möjligheter att välja (även kommunal) skola oberoende av bostadsort har gjort att svenska gymnasieskolor idag – oavsett huvudman – är konkurrensutsatta. Detta tillsammans med den tydliga decentralisering som har ägt rum i skolvärlden under de senaste decennierna har gjort att lokala skolledningar och huvudmän (som kommuner, privata utbildningsföretag och stiftelser) i allt högre utsträckning har kommit att få en mer framträdande roll vad gäller att profilera och marknadsföra skolor (Sandoff & Norén 2002, Selander 2006, Lund 2007, Lunneblad 2010). Då friskolors finansiering sker genom den så kallade skolpengen och denna beräknas per elev som väljer skolan är antalet elever en nyckelfaktor för skolans ekonomi. Även kostnadssidan har betydelse, vilket kan ha effekter på satsningar på exempelvis elevstödande eller

elevvårdande verksamhet (Lunneblad & Asplund Carlsson 2009). Elevernas valfrihet har inneburit att den svenska skolan idag har blivit marknadsorienterad (Irisdotter Aldenmyr 2008). Verksamheten handlar inte längre bara om utbildning utan också om att göra skolan attraktiv för en extern publik eftersom detta är förutsättningen för skolans överlevnad. Inte minst vittnar antalet ansökningar om att få starta nya gymnasieskolor om ökad konkurrens, särskilt som antalet gymnasieelever totalt sett minskar på grund av mindre årskullar (Skolverket 2011).

I linje med detta hävdar många att en marknadsorienterad diskurs har etablerats i skolvärlden vid sidan om den traditionella pedagogiska (Selander 2006, Dahlstedt 2007). Denna marknadsorientering kännetecknas av kontrollerbarhet, effektivitet och mätbarhet som tar sig allt tydligare uttryck i organiseringen och styrningen av skolan. Synsättet kan förstås mot bakgrund av paradigmet *New Public Management* som har genomsytrat utbildningssystemet och den offentliga sektorn överlag under ett antal årtionden (Hood 1991, Stenlås 2009, Lunneblad 2010, Parding & Abrahamsson 2010, Dyrdal Solbrekke & Englund 2011, Lundström & Parding 2011). I detta paradigm, vars ideal hämtas från det privata näringslivet, betonas ledarskapets betydelse och vikten av en gemensam identitet (Lunneblad 2010). Mål- och resultatstyrning är också centralt.

Marknadsorienteringen rymmer en konkurrensaspekt. Vissa forskare hävdar att det idag finns en kundorientering i det svenska skolsystemet som är självförstärkande eftersom elever insocialiseras i ett konsumtionsbeteende (Lund 2007, Lunneblad & Asplund Carlsson 2009). Att byta skola under gymnasietiden är inte längre ett tecken på att en elev har misslyckats utan snarare ett aktivt val för att kunna uppnå något bättre. Rörlighet ses som någonting naturligt (Bunar & Kallstenius 2008). Skolan blir i hög grad en individuell språngbräda (Dahlstedt 2007).

Även om forskningen har börjat angripa frågan (se till exempel Fredriksson 2010, Lundström & Parding 2011), så kan man knappast hävda att vi har ett enkelt svar på frågan vad som händer med lärarrollen när konkurrens blir en realitet i skolan. Befintlig forskning om lärare fokuserar ofta på lärarrollens förändring i relation till de många övergripande reformer som har ägt rum i skolvärlden under de senaste årtiondena, alltså inte bara det fria skolvalet och friskolereformen (Blomgren & Waks 2009, Stenlås 2009, Parding 2010). Inte minst kommunaliseringen av skolan, målstyrningen och decentraliseringen spelar in. Stenlås (2009) anser att läraren kommer i kläm mellan professionsideal och statliga reformideologier. Lokala aktörers starka inflytande utmanar professionsidealet. Lärare tvingas i allt större ut-

sträckning anpassa sig både genom att de får allt fler arbetsuppgifter och att arbetets innehåll och form, även det pedagogiska, påverkas i en riktning där professionen inte längre bestämmer innehållet. Ökningen av icke undervisnings- eller pedagogiskt relaterade aktiviteter anses av många i diskussionen ha haft en negativ inverkan på lärarnas arbetssituation de senaste åren (Lärarnas Riksförbund 2010, Stenlås 2009). Argumentet är att lärarna får ytterligare arbetsuppgifter som tar mycket tid och som gör att de inte kan fokusera på det som de egentligen är bra på. Dessutom ifrågasätts stundtals om de får betalt för detta extra utförda arbete.

I studier som på ett mera direkt sätt har studerat följderna för läraryrket av konkurrensutsättning hävdas att en konflikt mellan olika logiker uppstår i lärarnas arbete (Lundström & Parding 2011) och att marknadsorientering till viss del påverkar lärares beteende (Fredriksson 2010). Samtidigt lyfter en betydande del av forskningen kring valfrihetens konsekvenser fram segregering eller demokratifrågor snarare än följderna för lärarna av ökad konkurrens mellan skolor (se till exempel Bunar 2005, Dahlstedt 2007, Bunar & Kallstenius 2008; Lunneblad & Asplund Carlsson, 2009, Lunneblad, 2010).

Annan forskning, till exempel Lindblad (1997), pekar på sambandet mellan avreglering och avprofessionalisering i betydelsen nedgradering av lärares status. Även om det inte är givet att just en ökad marknadsorientering är det främsta skälet till den allmänt diskuterade lägre statusen för lärare, så är det en aspekt av en utveckling där krav ställs på lärare att delta i alltfler verksamheter utanför den traditionella undervisningen. En rad faktorer spelar in, till exempel skolledarnas och huvudmännens allt starkare roll och inflytande över lärarnas arbete, ökad reglering av arbetstiden, (de återkommande) förändringarna av lärarutbildningen (där betydelsen av ämneskompetens har nedtonats) och kommunernas ovilja att satsa på skolan och lärarnas kompetensutveckling. Ett konkret exempel är minskningen av antalet lektorstjänster, som i gymnasieskolan sjönk i antal från 1773 till 211 mellan 1978 och 2005 (se Stenlås 2009). Vidare nämns i diskussionen incitament och lönekriterier som betonar exempelvis samverkan, ämnesövergripande arbeten och ökad brukarmedverkan mer än ämneskompetens eller pedagogiska färdigheter. Listan på företeelser som verkar i professionsförsvagande riktning kan göras lång.

Viss samstämmighet råder kring att lärarnas möjligheter att själva definiera professionens innehåll har minskat (se till exempel Selander 2006, Stenlås 2009, Blomgren & Waks 2009). Detta innebär att professionen inte längre är styrande logik i skolvärlden, vilket är i linje med den relativa försvagning som många professioner har genomgått de senaste årtiondena, inte minst på grund av ökad misstro mot dem

(Parding 2010). Lärare hålls ansvariga för resultaten utan att för den skull tillerkännas det ansvar och den tillit som en stark profession traditionellt medför (Dyrdal Solbrekke & Englund, 2011). Det är alltså inte nödvändigtvis så att lärarna i kraft av sin yrkeskompetens styr kunskapsutvecklingen, kvalitetssäkringen, inriktningen eller definierar ramarna för utbildningen eller den egna yrkesutövningen. Tendenser till ökad arbetsorganisatorisk styrning av lärarens vardag finns också. Det har konstaterats att den ökade konkurrensen har inneburit pedagogiska och organisatoriska förändringar i skolvärlden (Skolverket 2003). En iakttagelse är att detta inte nödvändigtvis har gynnat den traditionella professionen. Inte minst har det nödvändiga handlingsutrymme som lärare behöver för att verka som professionella aktörer naggas i kanten av den allt hårdare styrningen av lärares arbete (Parding 2010). Detta kan få till följd att lärarnas kontroll över arbetet minskar samtidigt som kraven inte gör det (jfr Grönlund 2007). Professionens logik står här emot organisationens (Parding & Abrahamsson 2010). Frostenson (2011) noterar också detta och knyter denna förändring till en pedagogiskt och marknadsmässigt motiverad strävan efter ökad flexibilitet, som – paradoxalt nog – leder till minskad flexibilitet för lärare i deras yrkesroll. Att ständigt vara tillgänglig, inte minst för att marknadsföra skolan, är inte någonting som traditionellt har varit en del av lärarens uppgift eller yrkesroll.

Någonting som följer av ökad konkurrens mellan skolor är marknadsföring (se till exempel Lund 2007, Fredriksson 2010). Marknadsföring av skolor är ett typiskt exempel på något som inte traditionellt har hört till lärares arbetsuppgifter. Skolverket konstaterade redan tidigt på 2000-talet att marknadsföring från och med det sena nittioalet och framåt har blivit en aktivitet som i allt högre utsträckning har kommit upp på både skolornas och lärarnas agenda (Skolverket 2003). Detta har också inneburit att informationshanteringen i skolan har blivit allt viktigare. Att skaffa relevant information om utbildningsalternativen och kvaliteten på skolan och undervisningen blir en central angelägenhet för elever och föräldrar.

En slutsats som kan dras av befintlig debatt och forskning är att lärare har kommit att få en *aktörsroll* som kan knytas till en ökad marknadsorientering. Denna roll är också en aspekt av professionsförsvagningen. Detta blir tydligt när lärare engageras i (eller kommer deras till) företeelser som ”Öppet hus” och gymnasiemässan. Detta är exempel på kringaktiviteter som inte kan knytas till undervisning eller allmänt elevorienterat lärararbete. Många lärare aktiveras i marknadsföringsgrupper som har till uppgift att staka ut riktlinjer för skolans marknadsföring eller att mycket konkret delta i externt inriktade aktiviteter.

Samtidigt har den ökade kund- och marknadsorienteringen fått konsekvenser för hur skolor kan och – i konkurrenshänseende – bör uttrycka sig. Lund (2007) noterar att konkurrensen och profileringsbehovet gör att informationen till nuvarande och presumtiva elever får en allt större betydelse. Det handlar både om att ge saklig information om program och utbildningsalternativ och att strategiskt profilera och öka intresset för den enskilda skolan. Det senare behovet har också banat väg för en förändrad kommunikation gentemot omvärlden i stort och eleverna i synnerhet. Skolornas ”erbjudanden” görs synliga, till exempel bärbara datorer till alla elever, flexibla arbetsformer, skolmat, kommunikationer eller vad skolan nu väljer att profilera. Marknadsföringshänsyn kan komma att överordnas pedagogiska hänsyn (Falkner 1997, Stenlås 2009). Detta innebär också att professionell kunskap riskerar att få en underordnad roll i förhållande till andra ”förmåner” som eleverna genom skolans försorg kan erhålla (Stenlås 2009). Samtidigt har också det motsatta hävdats; att man i marknadssyfte kan utnyttja en mer traditionell syn på kunskap, makt och status, eftersom det gynnar reproduktion av en – ofta lönsam – rådande ordning (Irisdotter Aldenmyr 2008).

Forskning har visat att informationsbenägenheten varierar mellan olika skolor. Det har hävdats att skolor som har ett gott rykte behöver lägga ned mindre resurser på information (Skolverket 2003). Detta antyder att direkt påverkan i form av informationsgivning eller marknadsföring, till exempel via Internet eller broschyrer, fyller en funktion men är långt ifrån det enda konkurrensmedel som skolor kan använda sig av. Bra skolor lever på sitt rykte. Bunar (2005) hävdar att vissa skolor kan leva på sin trovärdighet snarare än faktisk kvalitet. De har ett slags symboliskt kapital som många är medvetna om och som gör skolan attraktiv oavsett informations- och marknadsföringsinsatser.

Skolors marknadsförings- och informationsaktiviteter kan dock inte bara reduceras till produktion av reklam för skolan. Det handlar också om att på ett djupare plan legitimera skolans aktiviteter och inriktning. I en marknadsorienterad skola legitimeras verksamheten primärt genom kundnöjdhet (Fredriksson 2010), där eleverna får rollen som kunder. Inom forskningen framhålls dock att legitimitet för en skolverksamhet också kan skapas utifrån en bredare bas, inte minst genom att lyfta fram pedagogiska ideal, förändring av utbildningssystemet eller fakta hur världen fungerar. Sådana faktorer legitimerar skolornas inriktning och erbjudanden (Johnsson & Lindgren 2010). Pedagogiska identiteter och koncept utvecklas (Lunneblad 2010). I en studie av en förortsskola visar Lunneblad (2010) på hur ledarskapet får ökad betydelse och att skolan arbetar med att utåt skapa en bild av en framgångsrik skola. Viktigt är i detta sammanhang att upprätthålla

goda relationer med media och lokala politiker. En följd av detta är att fokus läggs på att ge en extern publik bilden av en bra skola, så kallad *impression management*, snarare än på inre pedagogiska behov.

Samtidigt kan man diskutera om inte ett sådant rykte eller symboliskt kapital överlag byggs upp över tid, till exempel genom förekomsten av bra lärare. Detta har ansetts vara en mycket viktig faktor som förklarar varför skolan är attraktiv. När Skolverket ställde frågan till föräldrar vad som är viktigt respektive inte viktigt för barnens skolgång blev den enskilt viktigaste faktorn att man har bra lärare (Skolverket 2003). Denna faktor betonades i mycket högre utsträckning än exempelvis att föräldrar ska ha inflytande eller att det ska finnas många valmöjligheter på skolan. Även om detta handlade om grundskolan är frågan om lärares betydelse som framgångsfaktor givetvis också central på gymnasieskolan. Kritiska röster menar dock att valfrihet i mindre utsträckning vilar på konkurrens utifrån kvalitet, pedagogik och nytänkande än på boendesegregation, symbolik, föreställningar, myter och tradition (Bunar & Kallstenius 2008).

Oavsett vilket, tycks medvetenheten om att en skola har bra lärare vara en konkurrensfördel i ett sammanhang där elever har möjlighet att fritt välja eller rata en viss skola. Även om tidigare forskning har uppmärksammat hur skolor kommunicerar i förhållande till centrala intressenter som elever och föräldrar (se till exempel Mintrom 2003, Lund 2007, Johnsson Lindgren 2010), så råder fortfarande ovisshet om vilken roll som goda lärare ges i denna kommunikation i *innehållslig* mening. En aspekt av professionens utveckling och status är läraryrkets förändrade praktik, en annan hur man värderar läraren i tal och skrift. Detta har inte bara ett kommunikativt och marknadsföringsmässigt intresse. Vad som sägs om lärare och lärares kompetens har också relevans i professionshänseende. I ljuset av att en profession också kräver ett *erkännande* av den kunskapsbas som den vilar på är en undersökning av skolors externa kommunikation relevant. En viktig iakttagelse, som tidigare studier inte tycks ha tagit fasta på, är att om detta erkännande inte ges i skolors och huvudmäns kommunikation till centrala intressenter så kan man hävda att skolledningar och huvudmän i stor utsträckning bidrar till att underminera professionens status. I så fall bidrar dessa centrala aktörer till att ett begränsat professionellt erkännande av lärarna ges i dialogen med målgrupperna för kommunikationen.

Med andra ord kan man fråga sig om lärares kompetenser över huvud taget framhålls av lokala skolledningar och huvudmän i deras externa kommunikation. Används lärarna som konkurrensmedel i betydelsen att deras kompetenser lyfts fram som en komparativ fördel i förhållande till andra skolor? Och vilken betydelse tillmäts lärarnas kompetenser och yrkesskicklighet i kommunikationen?

Studiens upplägg

Studien är en innehållsanalys av gymnasieskolors externt inriktade Internet-kommunikation. Ansvariga för innehållet i Internet-kommunikationen i gymnasier är i regel den lokala skolledningen, även om den praktiska hanteringen och layouten sköts av personer med IT-kompetens. Programbeskrivningar och liknande görs ofta av ämnesansvariga eller enskilda lärare med sakkunskap, men skolledningarna (och i vissa fall huvudmannen) godkänner texterna. Detta gör att det som skolorna kommunicerar om lärare på Internet i hög grad motsvarar de lokala skolledningarnas preferenser om vad som bör kommuniceras om lärare och deras roll på skolan.

Urvalet av skolor är samtliga gymnasieskolor i Stockholms län läsåret 2010–2011. Stockholms län har valts ut eftersom konkurrenssituationen är som tydligast i detta län. Av den svenska gymnasieskolans 386 000 elever 2010–2011 återfinns 79 000 i Stockholms län. Noterbart är att ca 27 procent av landets 489 fristående gymnasieskolor ligger i Stockholms län. I länet går 36 procent av eleverna i fristående gymnasieskolor, vilket är den överlägset största andelen i Sverige (Skolverket 2011). I Stockholms kommun går 52 procent av gymnasieeleverna i fristående skolor.

Att studien riktar in sig på en konkurrenssatt marknad som den för gymnasieskolor i Stockholm har sina skäl. På en konkurrenssatt marknad som präglas av det fria skolvalet och en hög nyetablering av skolor (i praktiken friskolor) finns det skäl för skolor att i hög grad lyfta fram sina konkurrensfördelar i den externa kommunikationen. På en inte fullt så konkurrenssatt marknad kan kommunikationen överlag antas spela en mindre roll. Givet konkurrenssituationen, kommunikationens roll i denna och lärarnas stora betydelse för skolornas attraktionskraft (Skolverket 2003), är ett rimligt antagande att lärarnas styrkor och kompetenser kommer att få utrymme i skolornas kommunikation, i synnerhet i friskolor som inte har ett etablerat symboliskt kapital sedan tidigare (Bunar 2005, Fredriksson 2010). Detta motiverar också ett jämförande perspektiv där ofta redan etablerade kommunala skolor jämförs med friskolor, där en tentativ förväntan är att friskolor i högre grad än kommunala skolor har behov av att kommunicera ut sina fördelar. För studien i stort innebär detta att resultatet av studien är en värdejämförelse på vad det är som skolledningar och huvudmän anser vara viktigt att betona i en situation som präglas av allt större kund- och marknadsorientering i skolvärlden. Det är i detta sammanhang som studiens relevans finns. Man bör dock vara medveten om att studien genom sitt urval (geografiskt och i fråga om Internet-kommunikation som empiriskt materialet) inte ger ett svar

på frågan om lärares status i skolan i stort, utan snarare på en viss förståelse av läraren och lärarens funktion i ett kommunikativt sammanhang som präglas av skolledning och huvudmän, som på lokal nivå har makt att definiera lärarens roll och betydelse.

212 gymnasieskolor finns enligt Skolverket i Stockholms län 2010–2011. I databasen SIRIS, som denna studie använder sig av för att identifiera de enskilda skolorna, finns 211 skolor registrerade och därmed tillgängliga för studien. Av dessa är 80 stycken registrerade som kommunala, en som landstingsdriven och 130 som friskolor (exklusive den landstingsdrivna). Den landstingsdrivna skolan kategoriseras i denna studie lämpligen tillsammans med de kommunala på grund av det offentliga huvudmannskapet. Kategorin kommunala skolor rymmer därför 81 skolor och kategorin friskolor 130 skolor. Det färre antalet kommunala skolor implicerar också ett högre genomsnittligt elevantal på de kommunala gymnasierna jämfört med de fristående.

Skolornas hemsidor har under perioden februari till april 2011 innehållsanalyserats och kodats utifrån tre grundläggande frågeställningar. Till att börja med fastställer studien om enskilda lärares eller den samlade lärarkårens kompetens, färdigheter eller erfarenheter lyfts fram över huvud taget av skolorna i kommunikationen. Sedan visar studien i vilken utsträckning lärare lyfts fram på framskjuten plats i kommunikationen, i praktiken på skolornas startsidor. Till sist visar studien vilka kvaliteter som framhävs hos lärare i den mån de uppmärksammas.

Lärarkårens eller enskilda lärares kompetens, färdigheter eller erfarenhet handlar om förekomsten av presentationer, information eller diskussioner kring vad enskilda lärare eller grupper av lärare har för egenskaper som gör att skolan ska ses som attraktiv. Här har en kategorisering skett utifrån två grundläggande alternativ. Antingen föreligger text kring lärarkårens eller enskilda lärares kompetenser, färdigheter eller meriterande erfarenheter någonstans på skolornas hemsidor (inklusive underflikar), eller så föreligger detta inte. Detta har noterats med ”ja” respektive ”nej”. En notering har också gjorts om skolan är kommunal eller fristående.

Exempelvis har ett ”ja” noterats om en skola skriver att den har lärare med forskarerfarenhet eller doktorsexamen. Sak samma gäller om den har ”92 % behöriga lärare” (ett mått på formell kompetens hos lärare) eller om den framhåller att en viss lärare har vunnit ett pedagogiskt pris. En annan möjlighet som också renderar ett ”ja” är att man har personliga hemsidor för lärare där dessa tillåts presentera sig själva och sin bakgrund (och inte bara sina namn- och adressuppgifter). Ett ”nej” har däremot angivits om skolan inte alls nämner lärares unika kompetenser, färdigheter eller erfarenheter. Dessutom har ett ”nej”

registrerats om skolan bara i mycket svepande och inte preciserande ordalag hävdar att de har ”bra lärare” eller motsvarande. Med andra ord krävs för ett ”ja” någon form av beskrivande text där skolan talar om *vad* läraren är bra på och inte bara *att* läraren är bra. Alternativt krävs tydliga resultatmått, till exempel andel behöriga lärare.

Som mått på i vilken utsträckning lärare har en framskjuten plats i skolornas kommunikation noteras huruvida informationen om enskilda lärare eller lärare överlag återfinns på skolornas startside på Internet. Detta innebär de fall där ett ”ja” har noterats i frågan ovan har granskats för att ta reda på om informationen förekommer på väl synlig plats direkt när besökaren går in på hemsidan. I klassificeringen har endast två alternativ funnits. Om informationen har funnits på skolornas startsidor har ett ”ja” angivits, om informationen inte har funnits har ett ”nej” noterats. För varje skola har dessutom en notering gjorts om den är kommunal eller fristående.

Till sist identifierar studien *vilka* kvaliteter hos lärarna som skolorna betonar. Detta innebär en fördjupad granskning av de skolor som framhäver vissa kompetenser, färdigheter eller erfarenheter hos lärarna (se första frågan). Här görs en uppdelning i två kategorier. Om skolornas kommunikation fokuseras på lärarnas *ämneskompetens* och *erfarenheter* har skolan kommunikation klassificerats i termer av en *kunskapsdiskurs*. Exempel på detta är när skolorna nämner att man har en viss andel behöriga lärare, att man har lärare med forskarerfarenhet eller viss preciserad yrkeserfarenhet som gör dem lämpliga som lärare på skolan. Ett konkret exempel kan vara ett gymnasium med inriktning mot djurskötsel som skriver att ”Flertalet av våra lärare och instruktörer har specialistkompetens efter att själva ha arbetat med djur under många år”. Ett annat exempel är ett gymnasium med inriktning mot International Baccalaureate som skriver att lärarna på skolan har gedigen erfarenhet och att flera av dem också fungerar som examinatorer utsedda av International Baccalaureate Organization.

Om kommunikationen däremot koncentreras på lärarens förmåga till *handledning*, *stöd*, *coaching* eller *personlighetsutveckling* av eleven har kommunikationen klassificerats i termer av en *stöddiskurs*. Ett exempel är när en kommunal skola kommunicerar att lärarna besitter kompetens som består i att de kan ”hjälpa dig med dina studier så att du når de mål du siktar mot”. Ett annat exempel är om en skola hävdar att lärarna är kvalificerade och kunniga och jobbar i arbetslag för att utveckla eleverna och att de är mentorer till stöd för elevens utveckling, och så vidare.

Förutom den klassificering som har gjorts avseende de tre frågorna ovan har samtliga 211 skolors hemsidor gått igenom på ett övergripande plan för att få en bild av hur de skolor som inte kommunicerar

kring sina lärare formulerar sig. Här har dock ingen ytterligare klassificering gjorts utan längre fram i texten finns vissa tendenser bland dessa skolor noterade.

Som vid varje kodning finns naturligtvis gränsdragnings- och kategoriseringsproblem, särskilt i studiens tredje delmoment där den huvudsakliga diskursen har identifierats. Detta gör att själva kvantifieringen förmodligen har större relevans och exakthet i studiens två första moment. Därför bör det tredje delmomentet främst ses som innehållsligt och kvalitativt orienterat. Frågan kring vilka av lärarnas egenskaper som framhålls ges alltså också ett svar på ett kvalitativt plan.

De 211 skolorna har undersökts som enskilda skolenheter. Detta ger en mer rättvisande bild än om exempelvis huvudmannen granskas. Till exempel skulle en granskning av Stockholms kommun som huvudman visa att man har mått på andel behöriga lärare i samtliga gymnasieskolor i kommunen (även friskolorna), vilket nås från kommunens hemsida. Detta är dock inte detsamma som att de enskilda skolenheterna använder sig av ett sådant mått för att kommunicera ut lärarnas kompetens i informations- eller marknadsföringssyfte. I vissa friskolor med gemensam huvudman finns en relativt omfattande kommunikation kring lärarrollen på huvudmannanivå. Bedömningen är dock att denna återfinns och återspeglas på enhetsnivå så att det inte påverkar resultatet av undersökningen enhetsnivå. I vissa fall lägger skolan ut kvalitetsredovisningar och närbesläktade dokument, ofta ett par år gamla, där exempelvis andelen behöriga lärare eller utbildningsinsatser för personalen ofta anges. Sådana dokument är obligatoriska för skolor och har därför inte bedömts höra till den egenformulerade marknadsföringen eller informationen till externa intressenter. Givetvis bör man ha i bakhuvudet att sådana dokument kan användas selektivt i marknadsföringssyfte. Ofta innehåller de dock mycket generell information som inte fyller någon sådan funktion om man ser till hur de faktiskt formuleras rent innehållsligt.

Resultat

Undersökningens resultat sammanfattas i tabell 1. De resultat som anges är i tur och ordning i vilken utsträckning lärarens kompetenser eller erfarenheter framhålls över huvud taget på skolornas hemsidor, i vilken utsträckning denna kommunikation återfinns på skolornas startsidor samt om den kommunikation som finns återspeglar en kunskaps- eller en stöddiskurs.

Tabell 1: Förekomst av kommunikation om lärare

	Antal skolor		Kommunikation kring lärare		Startsida på internet		Kunskapsdiskurs		Stöddiskurs	
Totalt	211		56	27% (av 211)	19	9% (av 211)	34	16% (av 211)	22	10% (av 211)
Varav kommunala	81	38%	22	27% (av 81)	7	9% (av 81)	12	15% (av 81)	10	12% (av 81)
Varav friskolor	130	62%	34	26% (av 130)	12	9% (av 130)	22	17% (av 130)	12	9% (av 130)

En direkt iakttagelse är att de flesta skolor inte lyfter fram lärarnas kompetenser, färdigheter och erfarenheter som ett konkurrensargument. Av de kommunala skolorna har 59 av 81 skolor, alltså 73 procent, kategoriserats som icke framhävande lärarna alls. Motsvarande andel av friskolorna är 74 procent, 96 av 130. Av hela populationen är det alltså i runda tal 73–74 procent som inte använder lärarna som ett uttryckligt konkurrensargument på sina hemsidor. Man bör dock notera att dessa skolor stundtals omnämner lärare, men då i mycket svepande och allmänna ordalag. Man kan till exempel skriva att personalen är handplockad för att kunna individanpassa utbildningen. Eller så säger man att lärarna är kunniga och hjälper dig att nå dina mål. (Skolornas kommunikation är överlag mycket tydligt inriktad på elever som målgrupp.) Men man går inte in på vari kunnigheten består eller vilka specifika kompetenser de enskilda lärarna har. De skolor som inte framhäver läraren är dock inte främmande för att – återigen i mycket allmänna ordalag – tala om vad som krävs av lärare som ska arbeta i skolan. När lärare omtalas kan det i praktiken handla om en kravbild som formuleras snarare än att man visar på att de lärare man faktiskt har är bra. Exempelvis nämns på ett gymnasium att lärarna måste vara öppna för att ofta använda sig av upplevelsepedagogik, det vill säga rollspel, forumspel och värderingsövningar. En annan vinkling är att betona arbetsformer och lärarnas roll i dessa eller att berätta om hur lärarnas arbete organiseras. Det man lyfter fram är till exempel att lärare ingår i arbetslag och fungerar som mentorer.

26–27 procent av både de kommunala gymnasierna och friskolorna lyfter fram lärarnas egenskaper så mycket att man kan se det som att lärarna blir ett konkurrensmedel i kommunikativt avseende. Gränsdragningarna är dock ganska svåra att göra, varför procentandelen mer ska ses som en ungefärlig angivelse än ett absolut måttal. I en skola hävdas till exempel att lärarens roll är att locka fram elevens personlighet och skapa en klassanda av medkänsla och delaktighet. Detta är ett exempel på den stöddiskurs som ska diskuteras nedan. I ett annat, praktiskt inriktat, gymnasium talar man om att man vill ha svensklärare som känner sig lika hemma på verkstadsgolvet som

i klassrummet och mattelärare som gärna räknar på materialåtgång och rördimensioner. Flexibiliteten hos lärarna betonas här. Detta betyder dock inte att skolor med detta slags budskap tydligt visar vad enskilda lärare faktiskt kan och har för erfarenheter. Det som skiljer dessa skolor från sådana som klassificerats som icke framhävande läraren är att de i högre grad beskriver lärarens egenskaper i skolan.

En del skolor betonas i högre utsträckning kunskap, erfarenhet eller konkret uppnådda mål eller prestationer hos lärarna snarare än deras förmåga att stödja eleverna. Här kan man urskilja några kategorier av information som används. Ett sätt att framhålla lärare är att tala om när någon har erhållit ett pedagogiskt pris eller motsvarande. Ett annat är att låta lärarna presentera sig själva genom att låta dem skapa en egen profil där de kan berätta om sig själva och sina erfarenheter. Ofta görs detta på sidan för telefon-, e-post- och adressuppgifter. Resultatmått är i stort sett begränsade till andel behöriga lärare på skolan och i något enstaka fall antal lärare per elev, där en hög siffra är någonting man framhäver. Mer sällsynt är att lyfta fram enskilda lärare som presenteras på ett djupare sätt för att visa på lärarens skicklighet. Vanligare är att tala om lärarnas allmänna skicklighet och ge vissa exempel på att man har erfarenhet från relevanta miljöer, till exempel näringslivet eller ett visst hantverksyrke. Att lärarna har internationell bakgrund skyltar ett par skolor med. Att låta elevröster tala om hur bra lärare är kan också ses som en beprövad metod. I något enstaka fall anger man att lärare har forskningserfarenhet. Ett gymnasium, Tibble Fristående Gymnasium, trycker på att man har anställt en lektor med doktorsexamen.

Ett mått på i vilken mån skolorna framhäver läraren är i vilken mån referenser till enskilda lärares kompetens eller specifika mått på lärarnas skicklighet återfinns på startsidan. Av de 211 skolorna lyfter sammanlagt 19 skolor fram lärarna som ett konkurrensmedel på väl synlig plats direkt när besökaren går in på startsidan. I hela populationen är det med andra ord 9 procent som ger lärare denna framträdande roll i kommunikationen. Sju av dessa skolor är kommunala och tolv är friskolor. Med andra ord är andelen i stort sett identisk, runt 9 procent, i kommunala skolor respektive friskolor. Ingen egentlig skillnad föreligger. Det bör dock noteras att i en del av dessa fall är lärarinformationen av mycket allmän karaktär, i enlighet med kategorierna ovan, till exempel andel behöriga lärare, lärartäthet eller att personalen har gedigen internationell erfarenhet. I något fall (särskilt i friskolekoncernens Jensen fyra Stockholmsgymnasier) låter man elever komma till tals på förstasidan och berätta att lärarna på skolan är bra och på olika sätt kompetenta. I andra fall finns informationen mer som en relativt undanskymd länk på förstasidan. En

annan tendens är att man lyfter fram lärare som har fått någon form av pris eller utmärkelse. Till exempel synliggör Rudbecksskolan i Sollentuna en pedagog som fått ”Sollentuna pedagogpris” samtidigt som man presenterar en nyligen utkommen licentiatavhandling som har skrivits av en annan lärare på skolan. En skola som mycket tydligt fokuserar på lärare i sin kommunikation är Mikael Elias Teoretiska Gymnasium i Sollentuna respektive Stockholm. Man talar uttryckligen om att man har ”Sveriges bästa lärare”. Enskilda lärare uppmärksammas och får stort utrymme i kommunikationen. Dessa skolor hör dock till undantagen. Över 90 procent av skolorna refererar alltså över huvud taget inte till lärare i sin kommunikation på startsidan, annat än möjligen i allmänna och icke informativa ordalag i stil med att man har engagerad personal.

Skillnaderna mellan kunskaps- och stöddiskurserna när man talar om lärarna som konkurrensmedel har klargjorts ovan. I de kommunala skolorna finner man ungefär lika många exempel på bägge, 12–15 procent för respektive kategori sett som andel av de 81 undersökta kommunala skolorna. Dock bör man tillägga att det när lärare omtalas i allmänna ordalag, utan att deras kompetenser framhålls mer specifikt, finns en tendens att säga att de finns tillhands för att stödja eleverna i deras kunskapsutveckling och i förverkligandet av deras mål. Lärares uppdrag snarare än kompetens betonas alltså. Till exempel är detta sätt att uttrycka sig vanligt när skolorna diskuterar arbetsformer som problembaserat lärande, entreprenöriellt lärande, projektarbete och ämnesövergripande arbete. I skolor där man uttryckligen talar om lärarnas förmågor och kompetenser i stödjande termer betonas däremot att lärare, till exempel, är experter på att se varje elev och att alla medarbetare på skolan strävar mot ett gemensamt mål – att elevens tre år på gymnasiet ska bli framgångsrika.

I friskolorna har kunskapsdiskursen fått ett något större genomslag. 17 procent av de 130 friskolorna anammar denna medan 9 procent mer uttryckligt kommunicerar ut lärarnas kompetens som stöddiskurs. Man bör dock notera att kunskapsdiskursen i friskolorna delvis präglas av de yrkesutbildningar som ofta finns på dessa skolor. Exempelvis betonas i flera fall att yrkeslärarna på skolan har gedigna erfarenheter av sitt yrke eller att man låter lärarna presentera sig själva i profiltexter. Lärartäthet och andel behöriga lärare betonas också i vissa fall. Det är alltså i begränsad utsträckning fråga om ”traditionella” ämneskunskaper eller akademisk bildning man betonar (se dock exemplen ovan). Det är snarare en betoning på erfarenhet och lärarnas praktiska kunskaper som ryms inom denna kunskapsdiskurs, vilket kan vara förståeligt till exempel på praktiskt inriktade gymnasier.

Slutsatser och diskussion

En slutsats av undersökningen är att *lärare i mycket begränsad utsträckning fyller en funktion för att profilera skolorna i den externa kommunikationen*. Läraren är i mångt och mycket en ”icke-person”. Över 90 procent av de undersökta skolorna väljer att inte lyfta fram mått på lärares kompetens eller enskilda lärarinsatser på startsidorna på hemsidorna. Närapå 75 procent av de undersökta skolorna väljer att inte kommentera lärares kompetens eller lärarinsatser över huvud taget på nätet, möjligen med undantag av väldigt svepande formuleringar som handlar om att man har bra lärare och att de fungerar på ett visst sätt i förhållande till hur skolan arbetar. Skolor och huvudmän ser ett begränsat kommunikativt värde i att framhålla lärarna som ett konkurrensmedel annat än funktionellt, som ett instrument för eleven att nå sina mål eller förverkliga sina drömmar.

En annan slutsats i linje med den första är att *när lärare väl omnämns – i regel som avpersonifierad allmän kategori – är det i hög grad lärarens funktion eller uppdrag som är intressant, snarare än lärarens unika kompetens*. Läraren framhålls alltså inte – med vissa undantag – som en kunskapsauktoritet som i kraft av sin ämneskompetens stärker skolans konkurrenskraft och i sig är ett argument för varför en elev ska söka ett visst gymnasium. Det är ofta lärarens roll i arbetsformerna som lyfts fram. Man arbetar i projekt, i arbetslag, elevorienterat med en hög grad av tillgänglighet för eleverna. Ofta är det snarare kraven på lärarna än deras kompetens som betonas. Lärarna på denna skola förutsätts arbeta på det ena eller det andra sättet så att eleven ska ha så stor nytta som möjligt av läraren. Läraren finns till för att hjälpa eleven att nå sina mål. Detta ligger nära stöddiskursen, även om lärarens specifika kompetenser i fråga om att stödja elever inte har preciserats. När uttryckliga kompetenser och erfarenheter däremot kommuniceras ut är det dock minst lika vanligt, om inte vanligare, att man befinner sig i kunskapsdiskursen. Det tycks finnas få konkreta exempel som man vill lyfta fram på lärare som på ett bevisat framgångsrikt sätt har handlett, coachat eller stöttat elever så att de har nått framgång.

En annan slutsats av studien är att det *i stort sett inte förekommer några skillnader mellan kommunala skolor och friskolor när det handlar om att kommunicera lärarens roll*. En lika liten andel av de kommunala skolorna framhäver läraren som ett centralt konkurrensmedel som friskolorna. Detta är en indikation på att både kommunala gymnasier och friskolor kommunicerar på ungefär samma sätt och befinner sig i mer eller mindre samma konkurrenssituation där man anser att bra lärare inte är vad man bör framhålla i första rummet för att framstå som en attraktiv skola. Den gemensamma nämnaren är sna-

rare, som diskuterats ovan, att läraren beskrivs vagt, gärna i svepande ordalag som någon som finns till för att hjälpa eleverna att nå sina mål eller förverkliga sina drömmar. Fokus ligger ofta på arbetsformer, kontakter med omvärlden och (den så kallade) verkligheten, som i regel förstås som allt som finns utanför skolan. Lärarrollen är alltså i hög utsträckning funktionell, vilket framhålls inte minst i de ganska ofta förekommande beskrivningarna av skolornas pedagogiska koncept eller i skrivningar om lärarnas tillgänglighet under hela skoldagen (som dock tycks vara vanligare i friskolorna beroende på att det där är vanligare att lärare förutsätts vara på plats hela skoldagen).

Den grundläggande fråga som studiens resultat kan knytas till är på vilket sätt läraren tillerkänns professionell kompetens och i vilken mån denna professionalism är något som understöds och bekräftas i skolornas kommunikation. Stenlås (2009, s 12) slår fast att det tycks "som om det enda måttet på professionalism är den akademiska utbildningen och möjligheten att stänga obehöriga ute". Det ligger en stor sanning i detta när man talar om direkta kvalitetsmått som används av skolorna. Stockholms stads jämförelsemått där olika skolor bedöms utifrån hur stor andel av lärarna som har formell behörighet är ett exempel. Enskilda skolors skrivningar om att de har en hög andel eller, i något enstaka fall, endast behöriga lärare är ett annat. Om något år kommer det med stor sannolikhet att ha ersatts av andelen legitimerade lärare efter genomförandet av legitimeringsreformen.

Men det finns naturligtvis inte något hinder att i praktiken visa på lärares kompetens på annat sätt, antingen utifrån en kunskaps- eller en stöddiskurs. Ändå gör relativt få skolor detta. Man kan fråga sig varför. En förklaring är att lärare idag har så låg status att det inte är meningsfullt att framhålla dem om man ska skapa en bild av en framgångsrik och attraktiv skola. En annan förklaring är att de elever som kommunikationen inriktas emot nu är så insocialiserade i ett konsumtionsbeteende (jämför Lund 2007) att lärarna faktiskt betyder väldigt lite i förhållande till andra faktorer för elevernas skolval. Är möjligen generös betygsättning, bärbara datorer, inhyrda föreläsare eller flexibla scheman viktigare än kompetenta lärare för elevers val? Frågan är värd att ställa. Ytterligare en förklaring kan vara att man i så hög grad fokuserar på arbetsformer i kommunikationen gentemot eleverna och att lärarens roll i denna kommunikation är instrumentell. Om all kunskap egentligen finns eller i alla fall skapas i interaktionen med omvärlden (eller "verkligheten", som skolorna ofta uttrycker det) så är skolan i sig och lärarnas kompetens inte särskilt intressant. Det borde den dock kunna vara. Även som "stödperson" fordras kompetens och denna är fullt möjlig att kommunicera. En annan möjlig förklaring är att man helt enkelt inte resonerar kring frågan om lärarna som

konkurrensmedel över huvud taget. De finns helt enkelt inte med på agendan i den bemärkelsen att de skulle kunna vara konkurrensmedel också i kommunikativt hänseende.

Studien har naturligtvis begränsningar. Information på hemsidor ger inte ett heltäckande svar på frågan om skolledningars och huvudmäns hantering av lärare och lärarnas roll och status i allmänhet. Lärarna har till exempel en framskjuten roll i externa aktiviteter som gymnasieämbassor och arrangemang av karaktären ”Öppet hus”, och i sådana sammanhang kan de profilera skolorna på basis av sin yrkeskompetens. Mot detta kan man hävda att arrangemang av det är slaget genomförs av mer eller mindre utkommenderade lärare som inte har till uppgift att profilera sin kompetens och undervisning utan snarare att marknadsföra skolan generellt. De är då kommunikatörer snarare än konkurrensmedel. En studie som också inkluderade detta slags kommunikation skulle möjligen finna en mer omfattande roll för lärare i skolornas externa profilering än vad denna studie gör. Men ett rimligt antagande är att en sådan *handlings- eller aktörsorienterad* studie också skulle finna en mycket tydlig instrumentell användning av lärare snarare än en stark betoning av enskilda lärares kompetenser, helt i linje med befintlig forskning pekar på att lärarna får spela en allt större roll i marknadsföringsaktiviteter och motsvarande. Denna studie lyfter snarare fram vad skolledningar och huvudmän anser vara värt att betona i *innehållslig mening* i kommunikationen gentemot externa intressenter och då i synnerhet mot de elever som går på skolan eller har ett potentiellt intresse av att göra det i framtiden.

Studier av hur lärare faktiskt påverkas av en ökad marknadsorientering (till exempel Lindblad 1997, Fredriksson 2010, Lundström & Parding 2011) visar på förändringar i lärarnas praktiska arbete eller på vilket sätt marknadsorienteringen påverkar lärarnas självuppfattning eller professionsuppfattning. Det är till exempel uppenbart att marknadsorienteringen innebär en konkurrerande logik i det vardagliga arbetet i förhållande till professionens logik (se också Sandoff & Norén 2002 och Selander 2006). Denna studies betoning av den kommunikativa nivån, där det primärt är skolledningens eller huvudmannens kommunikation som studeras, visar på ytterligare en aspekt av professionsutmaningen. En profession bygger bland annat på existensen av en viss kunskapsbas. Men därtill krävs ett kontinuerligt *erkännande* av denna kunskapsbas i det sociala sammanhang där professionen konstrueras. Detta erkännande är naturligtvis ett sammansatt fenomen som återfinns i en vidare diskurs kring professionens roll och existensberättigande. Men i den mån huvudmän och skolledningar inte mer än på ett ytligt plan är aktiva i den process där erkännandet ges är det högst troligt att dessa aktörer i mycket hög grad bidrar till att

underminera professionen. Fredriksson (2010) skriver att inte minst "individualiseringen" påverkar skolan idag. Denna individualisering kan förstås på olika sätt, till exempel som en anpassning till eleven genom att erbjuda fler möjligheter till kunskapsinhämtning än att lita till professionell expertis. Närmast per definition innebär ökad kund- och marknadsorientering en form av individualisering – åtminstone i betydelsen anpassning – i skolans arbete. Ur kommunikativt perspektiv finns risken att en stark betoning av lärarnas kompetenser riskerar att slå tillbaka på skolorna. Stark professionell kompetens kan nämligen kräva anpassning *av* eleverna och inte *till* eleverna. Föreställningen att läraren har ett tydligt reglerat stoff att lära ut och att läraren besitter professionell expertis är, enligt Fredriksson (2010), inte lika legitim i en marknadsorienterad skola som i den byråkratiska eller professionella modellen. En något drastisk men ändå träffande iakttagelse är att lärarens unicitet undermineras i den marknadsorienterade skolan genom att den kompetens som hon eller han äger inte med automatik ger läraren en särställning i förhållande till eleven.

I ljuset av debatten om lärares status är det märkligt att enskilda skolors tendens att osynliggöra lärarens kompetens och betydelse inte har problematiserats mer. Skolor tycks starkt undervärdera den interna kompetens som rimligtvis finns i den egna organisationen. I jämförelse med hur starkt man betonar externa samarbetspartners och kontakten med "verkligheten" är lärarens roll starkt nedtonad. Utifrån vad som framkommer i denna undersökning befästs bilden av att det fria skolvalet medför att skolor "fäster större avseende vid vad som går att sälja än vad lärarna har att erbjuda i professionellt hänseende" (Stenlås 2009, s 15, se också Bunar 2005, Bunar & Kallstenius 2008). Man bör notera att detta inte bara handlar om friskolor utan verkar, att döma av den här studien, stämma in även på kommunala gymnasieskolor. Bilden är likartad i kommunala skolor och friskolor. Frågan om lärares status tar ofta stopp vid diskussioner om kommunalisering eller låga löner. Den kommunikativa utmaning som detta bidrag visar på är förmodligen en minst lika viktig faktor för att förstå frågan om lärares status. Så länge skolan är tyst om vad lärare kan och betyder kan man inte förvänta sig att lärare kommer att uppmärksammas eller deras status uppvärderas.

Undersökningen visar också att den politiska retoriken kring värdet av "traditionell" ämneskunskap och "katederundervisning" inte återfinns i skolornas kommunikation, snarare tvärtom. I själva verket kan man misstänka att konkurrens, fritt skolval och decentralisering snarare har till följd att lättsmälta och till intet förpliktigande budskap till eleverna kommuniceras ut. Det är en öppen fråga vad politiska reformer som den nya lärarlegitimationen kommer att medföra i pro-

fessionaliseringshänseende. Även om just denna reform går i riktning mot stärkt professionalisering (inte bara legitimeringen i sig utan också de insatser som kommer att göras för att ge lärare den kompetens som behövs för att de ska bli legitimerade), så finns det idag inga svar på hur skolor och huvudmän kommer att hantera denna legitimation. Den decentralisering som fortfarande kommer att råda i och med det kommunala huvudmannskapet och möjligheten för friskolor att etablera sig gör att den tydliga professionaliseringstendens som finns inom utbildningspolitiken samverkar med ett utbrett konkurrenständande. Detta i sin tur verkar i motsatt riktning, antyder denna studie och flera andra. Även om det är en konkurrensmässig fördel för en skola att ha en hög andel legitimerade lärare, precis som man idag skyltar med att man har en stor andel behöriga lärare, är det inte givet att lokala aktörer kommer att framhålla lärares kompetens annat än i formell mening (i betydelsen att de är legitimerade). Lokala skolledningarna och huvudmännen kan därmed fortsätta att tona ned betydelsen av lärares kompetens, vilket inte lär leda till någon statushöjning att tala om.

Studiens resultat pekar också på en paradox i förhållande till den högre utbildningen. I universitets- och högskolevärlden har inte minst rankningar kommit att spela en mycket viktig roll för att avgöra vilka universitet som står sig i den internationella konkurrensen (Wedlin 2004). Avgörande för placeringen på dessa rankningar är oftast faktorer knutna till personalens kompetens, till exempel publiceringar i vetenskapliga tidskrifter. Det är med andra ord centralt för universitet att ha ämneskompetenta och välpublicerade forskare och lärare. Dessa i sig ökar universitetens attraktionskraft. Även om man jämför betyg på gymnasieskolor och talar om andelen behöriga lärare finner man ingen motsvarighet på gymnasienivå. Det tycks som om gymnasier ibland konkurrerar på helt andra villkor och värderas utifrån helt andra parametrar. Alla är överens om att lärarna betyder något, men få har kommit sig för att verkligen se dem som konkurrensmedel i förhållande till andra skolor.

Anmärkning

Artikeln har skrivits inom ramen för forskningsprojektet "Läraryrollen mellan individualisering och kollektivisering" som finansieras av stiftelsen Natur & Kultur 2010–2011. En tidigare version av artikeln presenterades vid konferensen "Det nya arbetslivet", Luleå, 15–17 juni, 2011.

Referenser

- Blomgren, Maria & Waks, Caroline (2009): Lärarna och utbildningsinspektionen – professioners roll i institutionell omvandling. I Petra Adolfsson & Rolf Solli, red: *Offentlig sektor och komplexitet – om hantering av mål, strategier och professioner*, s 227–250. Lund: Studentlitteratur.
- Bunar, Nihad (2005): Valfrihet och anti-segregerande åtgärder. När skolpolitik och integrationspolitik möts i det socialt, etniskt och symboliskt polariserade urbana rummet. *Utbildning & Demokrati*, 14(3), s 75–96.
- Bunar, Nihad & Kallstenius, Jenny (2008): *Valfrihet, integration och segregation i Stockholms grundskolor*. Andra upplagan. Stockholm: Kompetensfonden.
- Dahlstedt, Magnus (2007): I val(o)frihetens spår. Segregation, differentiering och två decennier av skolreformer. *Pedagogisk Forskning i Sverige*, 12(1), s 20–38.
- Dyrdal Solbrekke, Tone & Englund, Tomas (2011): Bringing professional responsibility back in, *Studies in Higher Education*, 31 January 2011 (iFirst).
- Falkner, Kajsa (1997): *Lärare och skolans omstrukturering. Ett möte mellan utbildningspolitiska intentioner och grundskollärares perspektiv på förändringar i den svenska skolan*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Fredriksson, Anders (2010): *Marknaden och lärarna. Hur organiseringen av skolan påverkar lärares offentliga tjänstemannaskap*. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Frostenson, Magnus (2011): *Flexibilitet och avprofessionalisering: Om elevers val och lärares (o)frihet*. Bidrag till intern forskningskonferens, Företagsekonomiska institutionen, Uppsala universitet, 17–18 februari 2011.
- Grönlund, Anne (2007): Egenkontroll som friskfaktor och riskfaktor. Det gränslösa arbetet i Västeuropa och Sverige. *Arbetsmarknad & Arbetsliv*, 13(2), s 11–25.
- Hood, Christopher (1991): A Public Management for All Seasons. *Public Administration*, 69, s 3–19.
- Irisdotter Aldenmyr, Sara (2008): Mångfald och marknad. Om möjligheterna att främja mångfald och demokrati inom en marknadsorienterad skola. *Pedagogisk Forskning i Sverige*, 13(3), s 161–175.
- Johnsson, Mattias & Lindgren, Joakim (2010): ”Great Location, Beautiful Surroundings!” Making Sense of Information Materials

- Intended as Guidance for School Choice. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 54(2), s 173–187.
- Lindblad, Sverker (1997): Imposed professionalization: On teachers' work and experiences of deregulation of education in Sweden. I Ingrid Nilsson & Lisbeth Lundahl, red: *Teachers, Curriculum and Policy: Critical Perspectives in Education Research*, s 133–147. Umeå: Umeå universitet.
- Lund, Stefan (2007): Valfrihet och konkurrens. Utvecklingstendenser inom gymnasieutbildningen. *Pedagogisk Forskning i Sverige*, 12(4), s 281–300.
- Lundström, Ulf & Parding, Karolina (2011): Teachers' experiences with school choice: clashing logics in the Swedish education system. *Education Research International*, Volume 2011, s 1–10.
- Lunneblad, Johannes (2010): Skolidentitet och managementkultur som mytologisk diskurs. *Utbildning & Demokrati*, 19(1), s 25–44.
- Lunneblad, Johannes & Asplund Carlsson, Maj (2009): De kommer från nordost – Om skolkonkurrens och elevidentitet i ämnet svenska som andraspråk. *Utbildning & Demokrati*, 18(2), s 87–103.
- Lärarnas Riksförbund (2010): *Från byråkrati till undervisning – en finansieringsmodell för framtidens skola*. Rapport. Januari 2010. Stockholm: Lärarnas Riksförbund.
- Mintrom, Michael (2003): Market organizations and deliberative democracy: Choice and voice in public service delivery. *Administration & Society*, 35(52), s 52–81.
- Parding, Karolina (2010): Lärares arbetsvillkor – handlingsutrymme i tider av förändrad styrning. *Didaktisk tidskrift*, 19(2), s 95–111.
- Parding, Karolina & Abrahamsson, Lena (2010): Learning gaps in a learning organization: professionals' values versus management values. *Journal of Workplace Learning*, 22(5), s 292–305.
- Sandoff, Mette & Norén, Lars (2002): När professionella normer möter kundorientering – en studie av grundskolelärares arbetsituation. *Nordiske Organisationsstudier*, 4(3–4), s 41–60.
- Selander, Martin (2006): Omdefinieringen av lärarprofessionen? – diskursiva praktiker och dess makteffekter. *Nordiske Organisationsstudier*, 8(3), s 69–90.
- Skolverket (2003): *Valfrihet och dess effekter på skolområdet*. Rapport 230. Stockholm: Skolverket.
- Skolverket (2011): *Skolor och elever i gymnasieskolan, läsåret 2010/11*. PM, 2011-02-24. Stockholm: Skolverket.
- Stenlås, Niklas (2009): *En kår i kläm – Läraryrket mellan professionella ideal och statliga reformideologier*. Rapport till Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi 2009:6. Stockholm: Finansdepartementet.

Wedlin, Linda (2004): *Playing the Ranking Game. Field formation and boundary-work in European management education.*
PhD Thesis no. 108. Uppsala: Department of Business Studies,
Uppsala University.