

# Organisationsidentiteter som en form av legitimitetsanspråk: Narrativ positionering bland privata aktörer på den svenska läxhjälpmarknaden

Johanna Svahn  
Uppsala universitet

Stina Hallsén  
Uppsala universitet

## ABSTRACT

Artikeln tar sin utgångspunkt i hur aktörer på den privata läxhjälpmarknaden, i kölvattnet av en intensiv politisk och medial debatt, befinner sig i en position som innebär förändrade behov, förutsättningar och möjligheter att söka legitimitet för sin verksamhet. Genom detaljerade analyser av intervjudata med representanter för två olika privata läxhjälpföretag synliggörs hur olika positionerings- och kategoriseringspraktiker sätts i arbete i deras berättelse om sin organisation och hur detta resulterar i en vid repertoar av identitetframträdanden. Analysen visar på hur de organisationsidentiteter som framträder relaterar till såväl det reguljära utbildningssystemet och olika samtida utbildningsideal och frågor som efterfrågan, men även mer pragmatiska aspekter som behov och marknadsförutsättningar. Sammanfattningsvis visar studien hur organisationsidentitet inte kan förstås som något statiskt svar på frågan om vilka en organisation är eller vill vara, utan snarare som något dynamiskt som hela tiden omkonstrueras i relation till omgivande förutsättningar där såväl politiska regleringar, samtida samhälleliga debatter som mer stabila normer och ideal sätter ramar för organisationers möjligheter att framställa sin verksamhet som legitim och önskvärd.

## INLEDNING

Under de senaste decennierna har en expansion av privat läxhjälp skett i Sverige. Detta kan förstås i ljuset av den decentralisering och marknadsiering som generellt präglar svenska utbildningssystemet under en längre tid

(Dahlstedt & Fejes, 2019; Lundahl et al., 2013) och som inom internationell forskning ofta benämns ”edu-business” (Ball, 2009; 2018). Utvecklingen i Sverige, med en expansion av utbildning som erbjuds utanför det ordinära utbildningssystemet men relateras till detsamma, kan också ses som en del i en större global trend (Aurini et al., 2013; Bray, 2017). Den privata läxhjälps utbredning kan vidare spåras till den möjlighet som uppstod för familjer 2007 att göra skatteavdrag för läxhjälp i hemmet inom ramen för RUT-avdraget (SFS 2007:346)<sup>1</sup>. Denna möjlighet ledde till en markant ökning i etableringen av vinstdrivande läxhjälpföretag, vilket i sin tur lade grunden för en omfattande politisk och medial debatt (se Hallsén, 2021; Hallsén & Karlsson, 2019). Förespråkarna i debatten menade att all verksamhet som bidrog till svenska elevers kunskapsutveckling var gynnsam för utbildningsväsendet generellt, medan motståndarna å andra sidan hävdade att skattelättnaderna innebar risker för skolans likvärdighet då det främst riktades till de mer välställda i samhället. Vid regeringsskiftet 2014 beslutades att möjligheten för familjer att göra skatteavdrag för läxhjälp i hemmet skulle tas bort (Löfven, 2014); ett beslut som kom att i grunden påverka villkoren och förutsättningarna för dessa verksamheter (se Hallsén, 2021; Forsberg et al., 2021).

Just det faktum att den privata läxhjälpemarknaden åtminstone i formell mening är relativt ung, i kombination med att den fått skiftande formellt stöd under åren, gör den till en särskilt intressant bransch att studera utifrån ett intresse av *legitimitet* (Hallsén, 2021). De privata läxhjälpföretagen befinner sig inte bara inom ramen för en institutionell pluralism där de behöver förhålla sig till flera institutionella sfärer samtidigt utan påverkas även av flera olika regleringsregimer. Samtidigt som företagen som erbjuder läxhjälp drivs av företagslogiker och vinstintresse har de ett uttalat syfte som relaterar till den offentliga skolans och enskilda elevers utveckling. På så vis hamnar de i en komplex position där det är nödvändigt för företagen att förhålla sig till diversifierade normer och värden. Med utgångspunkt i den komplexa position den privata läxhjälp inehar är syftet med denna artikel att undersöka hur representanter för privata läxhjälpföretag söker legitimitet för sina tjänster och sin existens i gränslandet av ett etablerat skolsystem. Detta kommer att undersökas genom att studera olika typer av *organisationsidentiteter* som träder fram i två företagsrepresentanters berättelser om sin läxhjälpverksamhet.

## ORGANISATIONSIDENTITETER OCH LEGITIMERING SOM TEORETISKA BEGREPP

Organisationsidentitet som teoretiskt begrepp kan sägas ha sin grund i en studie publicerad av Albert och Whetten (1985) i mitten på 1980-talet. Syftet med studien var att para ihop identitetsbegreppet, som tidigare främst använts

inom sociologi och socialpsykologi (Hatch & Schultz, 2004), med organisationsteorier. De menade att begreppet blir relevant så fort organisationer eller medlemmar inom den ställer sig frågor som ”*Vilka är vi?*”, ”*Vilken marknad agerar vi inom?*” eller ”*Vilka vill vi bli?*”. Sedan begreppet myntades har det uppmärksammats och fått vid spridning inom en rad olika akademiska discipliner och har relaterats till mängder av empiriska studier. I denna artikel intresserar vi oss mer specifikt för *narrativa* organisationsidentiteter, vilket gör att vi frångår den mer traditionella synen på begreppet organisationsidentitet, där det framför allt haft betydelsen av vad medlemmar ser som centrala, unika och bestående kännetecken för sin organisation (se exempelvis Albert & Whetten, 1985; Gioia, 1998; Whetten, 2006). Snarare argumenterar vi här för, i likhet med exempelvis Corley (2004), att en sådan syn på organisationsidentitet, som till stor del används för att ringa in specifika och tillsynes statiska egenskaper av en organisation, utelämnar en väldigt viktig dimension – nämligen hur medlemmar av en organisation också använder olika identitetsanspråk för att validera sin verksamhet utifrån olika syften. Med andra ord kan begreppet i vår mening inte reduceras till något som endast *är* eller något som en organisation *har*, utan kan snarare förstås vara något som *görs* i relation till olika kontexter och med olika mål genom olika diskursiva framställningar. I artikeln närmar vi oss fenomenet organisationsidentitet genom att undersöka specifika organisationsberättelser och försöka förstå just vilket legitimerande arbete dessa gör i såväl ett lokalt som vidare sammanhang.

I artikeln analyseras berättelser konstruerade av två organisationsledare för två olika privata läxhjälpföretag om deras verksamhet. Då det är av fundamental vikt för varje organisation att deras verksamhet accepteras som legitim av omvärlden så ingår det ofta i organisationsrepresentanters ansvarsområde att försvara och ibland till och med reparera utomståendes syn på organisationen (Suchman, 1995). Själva grunden för varje organisation är utifrån denna artikels perspektiv att dess handlingar och aktiviteter uppfattas av andra som ”önskvärda, korrekta eller lämpliga inom ett socialt konstruerat system” (Suchman, 1995, s. 574 *vår översättning*). I relation till detta har flera studier (se exempelvis Pfeffer, 1981; Ginzler, Kramer & Sutton, 2004) påvisat att organisationsledare ofta hålls ansvariga för att kunna begripliggöra organisationens handlingar för utomstående parter genom att tillhandahålla olika förklaringar, rational och legitimering, något som också framkommer i våra analyser.

De privata läxhjälpföretag vi studerar kan ses som ”tidiga aktörer” [*early entrants*] (Suchman, 1995) i det etablerade skolsystemets gränsland. Genom olika politiska regleringar har det externa stödet för marknaden och deras verksamheter skiftat över tid. Den positionsförskjutning som detta innebär har lett till att aktörernas legitimeringsstrategier har behövt justeras i relation till hur stödet för marknaden har förändrats. Tidigare forskning (se ex. Suchman 1995; Deephouse et al., 2017) har konstaterat att det enklaste sättet

att få legitimitet för tidiga aktörer är att placera sin verksamhet inom ett redan existerande system. För de privata läxhjälpföretag vi studerar handlar detta i första hand om den ordinarie skolan. Om handlingsutrymmet inom det befintliga systemet inte passar den aktuella aktiviteten måste dock andra strategier för att uppnå legitimitet appliceras. I synnerhet måste innovatörer inom ett område agera proaktivt och skapa nya förklaringar om den sociala verklighet de agerar inom genom att konstruera uppfattningar och motiveringar som ges trovärdighet (Zucker, 1987; Suchman, 1995). Detta gör den privata läxhjälpmarknaden till ett intressant område att studera som kan säga oss något om det svenska utbildningslandskapets utveckling, men även om hur aktörer som verkar på gränsen till ett etablerat fält på olika sätt kan söka legitimering för sin verksamhet.

#### DEN NARRATIVA ANSATSEN OCH EMPIRISK DATA

I artikeln intas en narrativ ansats, vilket tidigare visat sig fruktsamt i studiet av organisationer och deras legitimeringsanspråk (se exempelvis Czarniawska, 1997; 1998; Boje, 1991; Rhodes and Brown, 2005; Blomberg & Welander, 2019). Mer specifikt utgår den narrativa ansatsen i vårt fall från ett intresse för berättande som en form av meningsskapande praktik (Bruner, 1990; Weick, 1995; 2009). Det innebär att vi utgår från en tanke om att människor genom att berätta och reflektera kring tidigare erfarenheter tillskriver mening till dessa, vilka i sin tur även kan bidra med kunskap om ”processer och relationer i en tid, en värld eller en verklighet utanför eller bortom berättandet och berättelsen” (Karlsson & Pérez Prieto, 2012, s. 1). Vi är med andra ord inte enbart intresserade av *vad* som berättas, utan även de sätt på vilket det görs, med hjälp av vilka språkliga resurser, samt vilken funktion berättandet fyller.

Studiens empiriska material består av djupintervjuer genomförda med två representanter för två olika organisationer vars verksamhet består av läxhjälp. En representant, Frida<sup>2</sup>, är ägare av samt innehar positionen av VD i det ena företaget, medan den andra representanten, Olof, är operativ chef i det andra. Båda har arbetat i respektive företag under många år och varit med och byggt upp verksamheten. De två intervjuerna utfördes på informanternas arbetsplatser av båda artikelförfattarna och varade i 75 minuter. Vid intervjuerna användes en semistrukturerad intervjuguide där flera olika teman<sup>3</sup> fungerade som utgångspunkt för samtalet. Den semistrukturerade karaktären på intervjuerna möjliggjorde att informanterna själva hade stor kontroll och kunde styra samtalet i den riktning de önskade. De intervjuer som analyseras i artikeln är del av en större korpus på sex intervjuer som genomfördes med både privata och ideella läxhjälporganisationer under våren 2017. Det empiriska urvalet, där vi valt att fördjupa oss i enbart två av intervjuerna, har styrts dels av artikelns särpräglade intresse för just den privata läxhjälpmarknadens förutsättningar och villkor, men även av nödvändigheten att

inom den valda analytiska ansatsen genomföra mer detaljerade och noggranna analyser. Ambitionen att bibehålla artikelns centrala fokus har således givits företräde framför aspekter som generaliserbarhet.

I analysen undersöks hur de två informanterna, genom sitt sätt att berätta, attribuerar sin organisation med olika egenskaper och på så vis konstruerar olika organisationsidentiteter. Analytiskt sett görs detta utifrån ett fokus på informanternas positioneringsarbete, samt de olika kategorier de använder för att framställa läxhjälpföretagen på specifika sätt. Vi applicerar med andra ord en syn på narrativa identiteter som något som skapas inom ramen för en specifik berättarkontext inom vilka de även kan omkonstrueras, förhandlas och nyanseras med hjälp av olika språkliga resurser (De Fina, 2015). Detta relaterar till hur olika aktörer (kunder, studiecoacher<sup>4</sup>, elever, lärare, skolan et cetera), aktiviteter och händelser berättas fram av företagsrepresentanterna (jfr Davies & Harré, 1990) och vidare används för att framställa den egna verksamheten på specifika och särpräglade sätt genom hur de positionerar sig i relation till dessa. I analysen riktas även ett särskilt intresse mot de olika kategorier som används i informanternas identitetsframträdanden. Detta då kategoriseringar spelar en avgörande roll för de möjligheter informanterna har att framställa sin organisation och andra centrala aktörer på speciella sätt genom att konstruera olika berättelsekaraktärer. Utifrån den narrativa ansats vi här intar förstås användandet av olika kategoriseringar rent av som en nödvändighet för konstruktionen av en diskursiv identitet (Antaki & Widdicombe, 1998). I analysen har vi uteslutande valt ut utdrag där det inte är informanternas personliga jag som står i centrum för berättelsen, utan den organisation som de tillhör.

## ANALYS

I analysen fokuseras de olika narrativa identiteter som berättas fram och används som en resurs för att konstruera legitimitet genom de två företagsrepresentanternas berättelser, både i relation till det reguljära utbildningssystemet och i relation till en specifik och till viss del ifrågasatt marknad. I analysen synliggörs identitetspositioneringar i relation till tre olika områden, nämligen i) den ordinarie skolan, ii) moraliska aspekter så som utbildningsideal och kulturella och institutionella normer, samt iii) pragmatiska aspekter såsom efterfrågan, behov och marknadsförutsättningar.

### **Positionering i relation till den ordinarie skolan**

En typ av identitetsanspråk som visade sig vara återkommande i informanternas berättelser om sin organisation var de som byggdes upp genom talet om den ordinarie skolan. Båda informanterna framhöll genomgående att deras verksamhet inte bör ses som ett hot mot den ordinarie skolan som över-

ordnad utbildningsinstitution, men i vissa delar av organisationsberättelserna framkommer även beskrivningar som porträtterar läxhjälpen som något unikt som innefattar dimensioner som inte kan erbjudas i undervisningen i skolan.

*"Den komplementära men samtidigt särpräglade organisationen"*

Inledningsvis analyseras ett utdrag ur den ena informanten, Olofs, organisationsberättelse med ett särskilt fokus på hur han i sin beskrivning av den egna verksamheten förhåller sig till skolan:

**Olof:** Ett komplement. (- - -) Så jag ser inte oss i alla fall och jag hoppas inte skolan uppfattar oss som att vi står i någon konflikt till varandra på något sätt, utan vi tycker nog precis som de flesta som jobbar inom skolans värld, att utbildning och utveckling av unga människor är det viktigaste som finns.

Utdraget visar tydligt hur Olof positionerar det egna företaget som ett komplement till skolan och således snarare understryker vad de två verksamheterna har gemensamt än vad som skiljer dem åt. I berättelseutdraget återfinns även en alternativ identitetsposition, nämligen en där läxhjälpföretaget potentiellt skulle kunna uppfattas som stående i *"konflikt"* till skolan. Som vi kan se fyller denna alternativa position en viktig resurs i Olofs fortsatta berättande där den används för att understryka en önskan om att skolan delar hans uppfattning om att vad som utmärker deras relation. Genom denna uttryckta önskan konstrueras ett bekräftande av skolan som överordnat system, samtidigt som det ytterligare stärker den komplementära positionen han redan intagit. På så sätt elimineras alla potentiella tankar om konkurrens eller ifrågasättande av skolan som institution. I den fortsatta ut-sagan kan vi även se hur Olof berättar sig än längre bort från den alternativa identitetspositionen genom att formulera en gemensam värdegrund för de två verksamheterna. Detta i termer av att *"utbildning och utveckling av unga människor är det viktigaste som finns"*. I denna del av verksamhetsberättelsen legitimeras med andra ord läxhjälpen genom att tillskriva den egna verksamheten likheter med skolans grundvalar och incitament och på så sätt berättiga sin existens i form av att vara en förlängd arm av skolans uppdrag.

Även om Olof konsekvent återkommer i sin organisationsberättelse till liknande beskrivningar, där läxhjälp framhålls som ett komplement till den ordinarie skolan, återfinns avsnitt i intervjun där han fokuserar mer på vad som utgör skillnader mellan skolan och läxhjälpverksamheten än vad som binder dem samman:

**Olof:** ... vad man då kanske får hos oss som jag upplever som man inte får i skolan är just det vi har varit inne på tidigare en mentor, en förebild. Alltså, den typen av relation med en ung vuxen som har färska

ämneskunskaper. Alltså, att det blir ett relationsskapande där också. Det kanske vi har då som inte skolan har så. Men annars så bygger vi vidare på skolans verksamhet.

Den bild av läxhjälpverksamheten som här konstrueras skiljer sig på flera sätt från den föregående och nyanserar på så sätt även den tidigare positioneringen i relation till skolan. I fokus för den specificering som här görs, kring det unika bidrag som läxhjälp kan göra, står ett relationsskapande med substantiellt annorlunda särdrag än den relation som generellt råder mellan en elev och en lärare. De studiecoacher som är anställda i företaget karaktäriseras i Olofs berättelse som "*unga vuxna*" som just på grund av sin ålder har bättre förutsättningar att motivera de barn och unga som anlitar deras tjänster genom att fungera som "*mentorer*" eller "*förebilder*". Samma studiecoacher beskrivs även som mer uppdaterade i ämnesrelaterad kunskap då deras utbildning är pågående eller relativt nyligen avslutad. Således framträder skolans förhållningssätt i denna del av berättelsen som en tillsynes omodern och förlegad organisation som inte kan erbjuda det som dagens elever behöver. Sammanfattningsvis kan sägas att företagets existens och arbetsinsats i denna del av Olofs organisationsberättelse, till skillnad från i det tidigare utdraget, legitimeras mer i termer av en unik karaktär som tillför något som saknas inom det reguljära skolsystemet.

Liknande inslag återfinns i den andra informanten, Fridas, organisationsberättelse:

**Frida:** ... då kan man också vara den här inspirationen på ett annorlunda sätt än vad en lärare kan vara. Det är då man hittar den här kanske lite coachningen, när man bondar på det sättet. För absolut, det kan finnas läxhjälp i skolan, och det är samma lärare. Men den förklarar på samma sätt som den har gjort, utan det här ska ju vara något annat. Det var ju det vi ville sälja in. Det skulle inte vara skolan, utan det skulle vara något annat.

Som vi kan se framkommer här liknande identitetsanspråk som i Olofs organisationsberättelse. Istället för att använda kategorier som mentor och förebild understryks här dock snarare själva handlingen som medföljer en sådan identitet, nämligen att vara en "*inspiration*" för eleverna. Även dimensionen av relationsskapande återkommer i Fridas berättelse, här i termer av att "*man bondar*" och därmed skapar goda förutsättningar för det coachande arbetet. I detta utdrag görs dock positioneringen till skolan mer specifik, då det är läxhjälp i huvudmannens regi som ställs i fokus snarare än den ordinarie skolpraktiken. Den formen av läxhjälp karaktäriseras här som något som är mer av detsamma, snarare än något som kan särskiljas från den ordinarie undervisningen. Denna beskrivning är också den som i slutänden får mest legitimitetstyngd i Fridas berättelse i och med att den används som

en konkret motpol mot vad som utgör den ursprungliga tanken med det egna läxhjälpföretaget, nämligen att *"vara något annat"* än skola. I detta utdrag visar Frida således fram en identitetsposition för sin organisation som i mångt och mycket bygger på att distansera denna från skolan och dess verksamhet. I andra delar av organisationsberättelsen görs liknande positioneringar:

**Frida:** Men vi var väldigt noga med att vi är inte lärare, vi vill inte vara lärare. Vi är inte ett substitut för skolan, utan vi vill vara ett komplement till skolan. Vi vill att universitets elever hjälper yngre elever i skolan. Vi sätter inte betyg. Vi har inte med oss något eget material, utan vi utgår bara från skolans material. Det är de som är lärarna, det är de som styr undervisningen. Men att som då utifrån kunna komma med inspiration och vägledning inom fortsatta studier, och också då kunna hjälpa till med läxorna.

I den inledande delen ses likheter med det tidigare utdraget i det att Frida redan från början intar en stark positionering mot skolan. Detta görs genom en framställning av företagens anställda i termer av att de varken *"är"* lärare eller *"vill"* vara det. Organisationen positioneras således inledningsvis som något väsensskilt från det skolan handlar om. Specifikt slås också fast att läxhjälpföretaget inte vill ersätta den reguljära undervisningen, utan snarare haka i den i termer av att vara *"ett komplement"* snarare än *"ett substitut"*. Att kategorin komplement återkommer här, likt i Olofs berättelse tidigare, är inte i sig uppseendeväckande utan medför på liknande sätt en viss nyansering av konkurrensperspektivet. Det som är intressant är snarare hur det här, till skillnad från i Olofs berättelse, berättas fram genom vad läxhjälp inte är, mer specifikt med utgångspunkt i skolans verksamhetsegenskaper. Läxhjälp handlar således inte om att göra bedömningar i relation till betygskriterier, använda eget material eller att bestämma innehållet för undervisning, något som utifrån utdraget kan förstås utgöra centrala och viktiga aktiviteter i Fridas förståelse av vad som konstituerar en skola.

### **Positionering i relation till utbildningsideal och normer**

Utöver den mer direkta formen av positioneringar i relation till skolan som analyserats ovan, återfanns andra identitetsanspråk i de två informanternas organisationsberättelser mer kopplade till olika utbildningsideal, samt kulturella och institutionella normer. Vad dessa identitetspositioneringar kan förstås ha gemensamt är att de alla utgör en typ av legitimeringsanspråk som byggs upp kring konstruktioner av *"den goda organisationen"*.

*"Den elevcentrerade organisationen"*

Vi börjar med att närma oss en typ av identitetspositionering som återfanns i båda informanternas berättelser. Det handlar i stora drag om hur de båda

berättar fram den egna utbildningsorganisationen som en verksamhet som aktivt arbetar med att sätta eleven i fokus. Vi inleder med ett utdrag ur Olofs organisationsberättelse:

**Olof:** Och det brukar vi alltid fråga, och det kan vara bra för er att veta att vi brukar fråga föräldrarna som ringer upp så där "har du pratat med din dotter?" Nej, men alltså, och i ungefär ... en vild gissning, men ungefär hälften av gångerna så är det "nej, utan det är någonting min fru och jag" eller "min man och jag" eller "min partner och jag har pratat om hemma" liksom så. Okej. Och då brukar vi alltid säga, jag tror det är ett bra ... liksom vår erfarenhet säger, att liksom "gå hem och förankra det först och liksom plantera det. Du kan ju naturligtvis berätta att du har pratat med oss, men så att ni har med den som ska hjälp, eleven då, på tåget".

Detta utdrag är taget från den del i intervjun där Olof har börjat berätta mer detaljerat kring olika dilemman som kan uppstå i den dagliga verksamheten och hur företagets förhållningssätt ser ut i relation till dessa utmaningar. Berättelseutdraget byggs upp runt en specifik problematik som framställs av Olof som vanligt förekommande, nämligen att deras tjänster köps in av föräldrar utan att det förankras hos de barn och unga som är tänkta att få läxhjälpen. Genom direkt rapporterat tal (Clift, 2006; Banfield, 1973), där Olof intar rollen som en förälder som ringer in till företaget, spelas ett scenario upp där denne först vid en rättfram förfrågan medger att initiativet till att kontakta företaget är helt dennes eget. Företagets agerande, vilket också kan förstås representera den position företaget tar till det iscensatta dilemman, konkretiseras i en senare del av berättelseutdraget. Detta görs genom att Olof ger röst åt en namnlös representant för företaget, vilken får stå skepnad för organisationens kollektiva vi som informerar föräldern om att återkomma först när även barnet/ungdomen är "*med på tåget*". I berättelseutdraget positioneras företaget som en verksamhet som sätter eleven i centrum. Verksamheten blir här således inte endast en vinstdrivande rörelse utan en verksamhet som också månar om elevens demokratiska rätt att fatta beslut om sin egen utbildning. Detta kan kopplas till såväl samtida generella diskussioner kring barns rättigheter och till pedagogiska tankar om vikten att inkludera elever i deras egna läroprocesser.

Elevcentrerade inslag förekom också i Fridas organisationsberättelse, om än i lite annan tappning. Nedanstående utdrag ur Fridas organisationsberättelse handlar om ett generellt elevbemötande och organisationens allmänna syn på den egna verksamhetens bidrag till elevers utveckling och lärande:

**Frida:** Men återigen det här med att vara en studieförebild. Att jobba med motivation. Det var jättejätte viktigt, för det var många som kom och inte tyckte det var roligt i skolan, som tyckte att det var tufft. Och då skulle det ju vara någon som säger "nej, men nu sätter vi oss, nu gör vi det här sista

talet, och tillsammans så klarar vi det här", och vi pratar mycket liksom om positiv feedback och att göra det tillsammans. Vi ville aldrig liksom ... Kom inte in och sätt eleven på plats, för det kommer skära sig direkt. Det är inte vår plats, utan du ska komma in, du ska vara en coach, tillsammans ska ni lösa det här. Tillsammans tittar vi på det här, hur kan vi se vad vi kan göra det här tillsammans? För att inte det ska bli ytterligare en press. De har så mycket press utifrån skolan, och det är väldigt individuellt. Vi ville ju att det här skulle vara ett stöd. Att man skulle våga fråga frågor och så vidare. Det var väldigt viktigt.

I Fridas berättelse framträder ett porträtt till synes representativt för många av de elever som nyttjar företagets läxhjälp. Denna typiska elev beskrivs genom hänvisningar till vantrivsel i skolan och en oförmåga att mäta med skolans krav och sätter på så sätt ramarna för den fortsatta beskrivningen av företagets sätt att bemöta sina kunder. Frida framhäver här vikten av att i relation till en sådan elev erbjuda en speciell form av bemötande. Detta iscensätts också genom ett konkret användande av rapporterat tal, där Frida agerar studiecoach, och som karaktäriseras av en peppande, men samtidigt avväpnande approach. Det som framträder kanske tydligast i den iscensatta interaktionen är användandet av ordet *"tillsammans"* som i rådande kontext skapar associationer till gemensamma ansträngningar och en delad börda. Det handlar således här om att undvika att sätta mer *"press"* på eleven och visa upp att de inte är ensamma i sina ansträngningar.

*"Den genuint ansvarstagande organisationen"*

En annan typ av identitetspositionering som återkom i både Olofs och Fridas organisationsberättelser var den som handlade om ansvar och uppriktighet som centrala byggstenar i respektive organisation. En sådan positionering intas här av Olof som i beskrivningen av vad som utgör gränserna för de tjänster företaget kan erbjuda simultant konstruerar en organisationsidentitet som bygger på yrkes stolthet, integritet och korrekt agerande:

**Olof:** ... Det är en begränsning så klart. Hur många dagar i veckan kunderna önskar ... Vi brukar säga att, och det är kanske dumt av oss, jag vet inte, men de som vill träffas till exempel tre gånger i veckan, det brukar vi bromsa. Sex timmars läxhjälp är otroligt mycket. Det är mer än en extra skoldag i veckan, och det tror inte vi att ... eller det vet vi att många elever inte klarar av helt enkelt, utan vi brukar då säga i stället att "prova nu på först och liksom skulle det visa sig att det inte räcker med den tiden så ska vi naturligtvis sälja mer läxhjälp till er". Så att det är vi själva faktiskt som sitter och bromsar. Kombinationen som jag sa innan med ämnen är en faktor naturligtvis. En annan begränsning är ... Vi har familjer, det ska vi inte hymla med, som önskar en specifik nationalitet eller ursprung, och det är vi väldigt tydliga med att vi inte tar alls hänsyn till, utan vi går på

kompetens naturligtvis oavsett vilket kön man har eller vilken etnisk bakgrund man har. Och det tappar vi kunder på i dag, det vet vi. Så att visst finns det begränsningar, visst gör det det.

Berättelsekontexten är här den förhandling som ibland uppstår med kunder kring den omfattning av tjänst de vill köpa. I framberättandet av företagets agerande i sådana situationer konstrueras en specifik verksamhetsegenskap i form av förmågan att kunna avväga när man behöver hålla kunden tillbaka. Här framställs organisationen som mer intresserad av kvalitet och genomförbarhet än sälj- och inkomstaspekter. Det är med andra ord inte aktuellt att sälja tjänster om företaget bedömer att det inte är för kundens bästa. I själva berättandet framstår Olof själv en aning ambivalent i relation till det som framkommer, vilket kommer till uttryck genom formuleringar som *"det kanske är dumt av oss"* och *"det är vi själva faktiskt som sitter och bromsar"*; som att detta agerande på något sätt är okarakteristiskt för branschen, men samtidigt en uppoffring som företaget är villig att göra. Längre fram i berättelsen kan vi se att det framkommer ytterligare exempel på när företagets integritet och rättspatos prioriteras över säljbehov. Här handlar det om kunder som ställer specifika krav gällande studiecoachers kön eller etniska bakgrund, vilket snabbt konstateras inte accepteras av organisationen. Den enda parameter som beaktas är istället kompetens, en faktor som understryks med ordval som *"naturligtvis"* och *"det är vi tydliga med"*. Även i relation till denna gränsdragningskonkretiseras vilka konsekvenser som följer med detta agerande, i termer av att *"det tappar vi kunder på idag"*. Detta förstärker ytterligare den intagna identitetspositioneringen som en rättskaffens och integritetsstark organisation och går starkt emot den kritik som till viss del riktats mot den privata läxhjälpmarknaden i media.

Liknande identitetsframträdanden producerades i Fridas organisationsberättelse:

**Frida:** Ja, jätteviktigt att de visste vad som låg på de där då också. Det var ju ibland elever som inte öppnade liksom dörren då när studiecoachen kom hem, för de ville absolut inte ha läxhjälp. Eller liksom gick därifrån. Men vi kan aldrig tvinga någon så, så att såna situationer också, och stärka dem [*studiecoacherna*] i det, att så här, det här är det du kan göra utifrån det du kan. Men väljer eleven att gå härifrån så är det någonting som föräldrarna får ta då. Men oftast så blev det ändå lyckat. Det var ändå ganska få fall som det blev så där. Väldigt få kunder. Men det har varit när jag har sagt att liksom så här "vi är inte rätt leverantör för er, det här kan vi inte hjälpa till med liksom, utan då har ni missuppfattat vad vi gör".

Även här konstrueras berättelsen i relation till kategorin svåra kunder i den meningen att de efterfrågar något som företaget varken kan eller vill leverera. I Fridas berättelse framställs detta dock snarare som ett undantag genom

formuleringar som *"ganska få fall"* och *"våldigt få kunder"*, snarare än som vanligt förekommande. Ett scenario där elever ibland inte släpper in sin studiecoach eller själva lämnar platsen är exempel på utmaningar som framträder i berättelsen, likaså föräldrar som ställer orimliga krav och där företaget till följd avbryter kontraktet med motiveringen att kunden *"missuppfattat vad de gör"*. Även i detta utdrag kan vi se hur det är en företagsintegritet som blir den centrala figuren, i form av att organisationen *"inte kan tvinga någon"* och att de har förmågan att inse sina begränsningar.

*"Den utvecklingsinriktade organisationen"*

En annan version av den goda organisationen som framkommer i organisationsberättelserna är den som betonar företagets orientering mot barn och ungas lärande och utveckling. Det kan exempelvis, som i utdraget nedan, handla om vikten av såväl kortsiktiga som långsiktiga mål i arbetet med eleverna:

**Olof:** ... och så sätter vi ett långsiktigt mål tillsammans med eleven, och oftast så är det ju ... för eleverna handlar det ju mycket om ett visst betyg. Låt oss vara så pass ärliga och säga det, även om man ibland önskar att liksom man kunde se längre än betyg, så handlar det om betyg. Men det tycker vi inte räcker, utan vi vill att varje tillfälle ska ha ett konkret mål. Och då är det liksom så, det ska inte vara ett görandemål. Alltså, målet för dagens tillfälle är inte att räkna till sidan 42, utan målet är just ett lärandemål, att vi ska lära oss multiplicera och dividera med bråk. Just för att eleven efteråt när vi utvärderar, för vi utvärderar ... ungefär en kvart, 20 minuter av de här två timmarna handlar om utvärdering, så eleverna själva får svara på frågan "vad har du lärt dig i dag, vad gick bra, vad ska vi göra nästa gång?"

Vad som blir tydligt i berättelseutdraget är att det ibland uppstår en kollision mellan olika agendor och att organisationen och de barn och unga de vill hjälpa inte alltid har samma syn på vad läxhjälpens bidrag är. Olof kopplar den typiska läxhjälpsevenen till en tillsynes dominerande betygshets. Det är även denna kategori, målsättningen av *"ett visst betyg"*, som används i den fortsatta berättelsen för att på ett mer konkret sätt konstruera företagets vision. Här handlar det om att sätta *"lärandet"* snarare än *"görandet"* i fokus och om att lyckas få eleverna själva att reflektera över vad de lärt sig och de framsteg de gör. Formuleringen som används av Olof för att prata sig bort från elevernas betoning på betyg, *"det tycker inte vi räcker"*, blir här även en resurs i framställandet av organisationen som en verksamhet med högt ställda mål och med en önskan om att se eleverna utvecklas och växa.

Även i Fridas berättelse framkommer aspekter av progression, om än inte i lika hög utsträckning orienterad mot kunskapsutveckling i traditionell mening:

**Frida:** Och där försökte vi då lära våra studiecoacher att så fort man känner att man har kommit ikapp då i matteboken eller så vidare, att börja titta på nästa kapitel, att så här vad ska läraren gå igenom nästa vecka? Och så vad är då målet att eleven skulle känna igen sig och kanske våga räcka upp handen och svara på någonting då. För då kommer ju självkänslan. Det är så mycket självkänsla i betyg, och när man ska skriva prov och så vidare. Och så fort ... Det är ju det som blir den goda spiralen. Så fort självkänslan kommer, då blir det roligt och så vill man plugga själv. Det var ju det som var, egentligen när vi sa liksom vad är målet, det är att vända det här. Det är att få det till en positiv spiral. Att det ska bli kul.

Här handlar det snarare om att hjälpa eleverna tro på sig själva, genom att få *"självkänslan att komma"* och att få dem att våga utmana sig i saker de tidigare inte klarat av, som att *"räcka upp handen och svara på något"*. Det handlar tillsyns också om att få processen att bli så rolig för dem att de på egen hand vill fortsätta i samma anda. Denna utveckling beskrivs först som en *"god spiral"* och senare som en *"positiv spiral"*, två uttryck som utifrån den större berättarkontexten kan förstås relatera både till elevernas upplevelse av framgång, men också till de goda värderingar som Frida här berättar fram som en del av organisationens fundament och den ursprungliga idén med verksamheten.

#### *"Den hjälpande organisationen"*

Den sista varianten av denna typ av identitetspositionering som identifierades i informanternas berättelser är inriktad mot en strävan att nyansera den elevgrupp som utgör företagets kunder. Följande utdrag ur Fridas organisationsberättelse får exemplifiera denna variant:

**Frida:** Ja, nej, men det kom lite grann. Men då var det nästan bara självförtroende, och "han tycker att det här ska bli så jobbigt, och han har ont i magen varenda kväll så vi måste försöka hjälpa honom på något sätt". Det var ju så. Gud så många föräldrar jag har pratat med som har varit så oroliga liksom inför ... Det är jättemycket sänt. Så det blev så ... Och så läste man i tidningen då liksom, "ja, det är bara högpresterande elever på Östermalm som vill ha MVG" och man var bara så här nej, det är en sån liten del, det är inte därför majoriteten kommer, utan det är ju oftast att något har hamnat snett.

I utdraget kan vi se hur en central karaktär som tar form i berättelsen utgörs av *"oroliga föräldrar"* och att själva motivet till att köpa läxhjälp framställs som

kopplat till barn och ungas stress och oro: *"han har ont i magen varenda kväll"*. Detta är också det motiv som presenteras till att föräldrar väljer att skaffa *"hjälp"*. Den hjälp som läxhjälpföretaget här framställs kunna erbjuda kan med andra ord förstås vara riktad, inte mot de fysiska besvären i sig, utan mot det som är den bakomliggande orsaken till oron. Vad detta är specificeras inte i denna del av berättelsen, men kan, med hänvisning till andra delar av intervjun, förstås vara de höga krav som elever upplever i relation till skolan. I berättelsen konstrueras detta som vanligt förekommande, *"jättemycket sånt"*, och ställs sedan i stark kontrast till den vedertagna bild av den privata läxhjälpen som fått mycket utrymme i media, att det handlar om *"högrepresterande elever på Östermalm som vill ha MVG"*. Det identitetsarbete som Frida genomför här handlar således till stor del om att humanisera organisationen och visa på de mer mjuka sidorna av vad de gör.

### **Positionering i relation till växlande marknadsförutsättningar**

Den sista gruppen av identitetspositioneringar som framträdde i informanternas organisationsberättelser var de som relaterade till de olika marknadsförutsättningar och de skiftande politiska villkor som omgärdat läxhjälpföretagens verksamhet under de år som marknaden vuxit fram och etablerats.

#### *"Den stabila och motståndskraftiga organisationen"*

I ett första utdrag under detta tema ska vi titta närmare på hur Olof positionerar organisationen i relation till de växlande förutsättningar som följt med först instiftandet av rutavdraget och sedan dess avskaffande och hur detta har kommit att påverka företagets profil:

**I:** Okej. Men då ... Men er nisch har inte liksom ändrats, utan ni har hållit fast vid samma?

**Olof:** Det har vi gjort. Det är läxhjälp vi är bra på. Och det är det vi vill leverera. Så att nej, nischen är densamma och innehållet ... givetvis försöker vi ständigt utveckla vår pedagogiska metod. Men innehållet är detsamma som innan rutavdraget.

Olofs positionering följer här direkt på en fråga som intervjuaren ställer kring huruvida företagets nisch bestått genom åren. Som vi kan se motiveras positioneringen, som i stort handlar om att berätta fram en stabil och oföränderlig organisation, här främst i termer av kompetens, *"det är läxhjälp vi är bra på"*. Identitetspositioneringen kan även förstås i relation till en omgivande kontext där det var många privata läxhjälpföretag som, när rutavdraget slopades, valde att förändra sin verksamhetsinriktning eller helt enkelt lade ner verksamheten. Det som är allra mest intressant med detta utdrag är dock inte att Olof positionerar företaget som en överlevare, utan hur han gör det. I sina beskrivningar, kopplade till just de periodvis svåra förhållanden de mött,

lyckas han nämligen både framhäva företagets redan etablerade duglighet, men även en pågående strävan efter att konsekvent bli bättre: *"givetvis försöker vi ständigt utveckla vår pedagogiska metod"*. På så sätt berättas organisationen i denna kontext fram som både en motståndskraftig organisation som månar om sin originalitet och sitt ursprungliga specialområde och som en anpassningsbar organisation som aldrig vill stagnera utan är under fortsatt utveckling.

*"Den hårt arbetande och självmedvetna organisationen"*

En annan aspekt som dyker upp framförallt i Olofs organisationsberättelse är den som handlar om det hårda arbete som ligger bakom företagets framgångar:

**Olof:** ... många av eleverna har ganska dåligt självförtroende, givet då att den ena kundkategorin så att säga kämpar för att få godkänt, med allt vad det innebär. Det kan ta jättelång tid, liksom ett halvår, ett år .... och så ska man sluta, och så ska det liksom börja en resa igen. Det vi då liksom får försöka göra och det vi jobbar stenhårt med, att utveckla ännu bättre processer för överlämningarna ska gå så smidigt som möjligt, att liksom det arbete man har gjort med en studiecoach naturligtvis automatiskt ska överföras till nästa. Men vi vet att där finns glapp. Och vi vet att det finns en jätteutvecklingspotential för oss. Och vi jobbar kolossalt hårt på att se vad vi kan göra för att våra studiecoacher ska fortsätta arbeta hos oss. Men det är svårt.

Detta utdrag är taget från en del av intervjun där Olof berättar om de utmaningar som följer med att majoriteten av företagets anställda är universitetsstudenter som ofta enbart stannar i verksamheten under en kortare period. Genom Olofs berättelse framträder ett scenario där vissa elever, kategoriserade av Olof som *"den ena kundkategorin"*, nämligen de med *"ganska dåligt självförtroende"* och som *"kämpar för att få godkänt"*, ofta tvingas byta studiecoach precis när utvecklingen börjar ta fart. Det är i relation till denna problematik som Olof i det här berättelsesegmentet konstruerar en organisationsidentitet starkt förknippad med hårt arbete. Detta görs genom formuleringar som *"jobbar stenhårt med"* och *"jobbar kolossalt hårt"*. Den första formuleringen kommer i relation till en strävan att förbättra överlämningarna mellan studiecoacher när någon lämnar, medan den andra handlar om försök att få studiecoacherna att stanna längre i organisationen. Det faktum att detta handlar om två parallella och till viss del motsatta projekt blir här i sig en resurs för att visa upp ett strävansarbete som pågår på flera nivåer samtidigt och som förhåller sig till såväl de förutsättningar som i nuläget råder, som de förhållanden man önskar uppnå. På så sätt kan vi även förstå Olofs identitetsarbete som ett projekt av att upprätta en bild av organisationen som självmedveten. Detta

i termer av att även känna till de begränsningar som finns och den utvecklingspotential som därmed är möjlig. Genom detta stärks ytterligare den identitetsposition han redan intagit som en av de organisationer som lyckats stå emot de utmaningar som kantat dess väg.

*”Den inklämmande och familjära organisationen”*

En identitetspositionering som vi nu avslutningsvis ska titta närmare på är en som dök upp frekvent, speciellt i Fridas organisationsberättelse, och som handlar om att berätta fram den egna verksamheten i relation till liknande företag och på så sätt identifiera vad som blir det unika bidraget på en konkurrerande marknad:

**Frida:** Jag tror ... Det som vi fick höra var att vi var väldigt personliga, och det var ju ... Jag tog alltid första samtalen, men sen tog alltid tjejerna över. Och då var det ju den personen som man alltid hade kontakt med. Så att i slutändan liksom ... De ringde ju inte ... När de skulle ha ny coach eller ... De kunde ju ha uppehåll ett halvår och sen komma tillbaka eller så vidare. Då ringde de ju den personen. De ringde ju liksom inte X [företagets namn]. Och där tror jag vi har haft en väldigt stor styrka. Och Eva som själv liksom hade barn och så vidare, att vi jobbar med barn, det här är det värdefullaste man kan jobba med. Man vill inte komma till en kundtjänst. Och där tror jag, det var vår fördel jämfört med andra bolag där liksom någon skötte ekonomin, någon skötte rekryteringen, och sen så när du ringde in så fick du prata med vem som helst.

I denna del av organisationsberättelsen arbetar Frida aktivt med att särskilja den egna organisationen från andra liknande företag på marknaden, i termer av att de har anställda som är *”väldigt personliga”*. Det sätt på vilket hon även lyckas rama in detta som kunders utsagor: *”det som vi fick höra”*, tillför dessutom en hög grad av trovärdighet till påståendet då det inte enbart är den egna upplevelsen som fungerar som bevisunderlag. I den fortsatta berättelsen görs sedan flera specificeringar av vad som utgör själva grunden för denna personliga karaktär, i form av att hon själv som VD alltid *”tog det första samtalet”* innan kunden slussades vidare i organisationsleden och i hur en annan av de tidigare initiativtagarna till företaget, Eva, även tillförde en fördel i och med att hon själv hade barn. Detta blir framberättat som en unik kompetens när det kommer till att arbeta med *”det värdefullaste som finns”*. Efter att ha etablerat det egna företagets mer personliga prägel ställs den i kontrast till andra strategier, som indirekt kan förstås vara kopplade till konkurrenternas organisatoriska upplägg, såsom att låta någon anonym person på kundtjänst ta emot kundernas samtal och att ha en hög grad av segregerat ansvar vilket leder till att ingen har överblick över eller är så värst engagerad i verksamheten i stort. Det legitimeringsarbete som här utförs kan således i hög grad kopplas till

tidigare identitetsanspråk som framkommit i Fridas berättelse, kring mer mjuka värden, men används här snarare för att prata fram en exceptionell prägel på organisationen som inte de andra företagen på marknaden har.

## DISKUSSION

I analysen framkommer en bred repertoar av organisationsidentiteter där vissa hakar i och understödjer varandra medan andra skapar en relativt motsägelsefull bild. Det senare blir kanske främst tydligt i informanternas anspråk på att vara både en förlängning av skolan men samtidigt något särpräglat unikt. Detta sätt att söka legitimitet för sin verksamhet, genom att både positionera verksamheten inom ramarna för det etablerade utbildningssystemet och samtidigt distansera sig från detsamma, går dock i linje med vad tidigare studier hävdar är gynnsamma strategier för tidiga aktörer i ett fält (jfr Suchman 1995; Deephouse et al., 2017). Att informanterna framhåller att deras verksamhet i grunden syftar till samma sak som den ordinarie skolan, nämligen att fostra och utbilda dagens unga till morgondagens vuxna, men samtidigt positionerar sina verksamheter som mer eller mindre en motpol till skolan, kan således förstås i relation till att chansen att konkurrera med skolans verksamhet är låg och att de istället måste erbjuda något annorlunda. Som analysen visar handlar detta framförallt om sociala faktorer där eleven får stå i centrum, en strategi som gör att de kan söka legitimitet baserat på centrala idéer om skolan, men samtidigt distansera sig från dess faktiska verksamhet.

Att den privata läxhjälpmarknaden har gått från att i en första etableringsfas ges ett aktivt politiskt stöd till att sedermera ifrågasättas, särskilt i relation till likvärdighetsfrågor, är en annan aspekt som framkommer tydligt i de identitetsanspråk som informanterna gör. Att informanterna i hög utsträckning orienterar sig mot att försöka förmedla en bild av den ”goda” organisationen kan förstås i ljuset av den intensiva politiska och mediala debatt som subventionerad läxhjälp omgivits av, samt det faktum att debatten i förlängningen bidrog till att marknaden fråntogs den självklara grund för legitimering som fanns i det politiska stödet (Löfven, 2014). Sådana anspråk på den ”goda” organisationen görs återkommande av båda informanter, i många fall genom att framställa en verksamhet som främst månar om att stärka barn och ungas lärande och utveckling snarare än vinstintresse, men även genom att nyansera den privata läxhjälps målgrupp.

Denna studie baseras på två informanter och utifrån dessa kan endast dras vissa slutsatser. Men när informanternas narrativ placeras i den teoretiska ramen och jämförs med tidigare forskning så kan det konstateras att i relation till de förändrade förutsättningarna som uppkommit i kölvattnet av de politiska besluten måste företagen, under rådande omständigheter, vara både stabila och flexibla i sin organisationsidentitet (jfr Zucker, 1987; Suchman, 1995; Bitektine & Haack, 2015). De måste således konsekvent kunna uppvisa

en tro på sin verksamhet och vad de kan erbjuda sina kunder, samtidigt som de måste förhålla sig till att förutsättningarna för dess legitimering skiftar över tid. Detta blir extra uppenbart i relation till den ökade konkurrens som uppstod i och med att marknaden tappade många av sina kunder när RUT-avdraget slopades och i hur de två informanterna i sina berättelser också arbetar aktivt med att framställa sin organisation som säregen och originell i jämförelse med liknande verksamheter.

Sammanfattningsvis visar studien hur organisationsidentitet inte kan förstås som något statiskt svar på frågan om vilka en organisation är eller vill vara, utan snarare som något dynamiskt som hela tiden omkonstrueras i relation till omgivande förutsättningar. Såväl politiska regleringar, samtida samhällsdebatter som mer stabila normer och ideal sätter ramar för organisationers möjligheter att framställa sin verksamhet som legitim och önskvärd.

## NOTER

<sup>1</sup> Akronymen RUT står för ”Rengöring, underhåll och tvätt” och initialt var syftet med avdraget att minska den svarta arbetskraften inom hushållsnära tjänster och stärka kvinnors möjligheter på arbetsmarknaden (Regeringens proposition 2006/07:94). Möjligheten att nyttja avdraget i relation till läxhjälp var ingen som direkt nämndes i förordningen. Privata företag identifierade handlingsutrymmet som uppstod i etableringen av RUT-avdraget och började 2007 att erbjuda ”Barnpassning med pedagogiskt fokus” – vilket lade grunden till en diskussion kring gränserna för vad som kan räknas som barnpassning. I förlängningen ledde diskussionen till att läxhjälpen fick en egen skrivning i förordningen och därmed en tydligare plats inom RUT-avdraget.

<sup>2</sup> Deltagarna har tilldelats fiktiva namn för att minimera risken för identifiering. Inte heller omnämns några autentiska företagsnamn i artikeln. Vid tiden för intervjuerna opererade ett stort antal privata företag med liknande verksamhet och inriktning; en omständighet som förstärker aspekten av anonymitetssäkerhet.

<sup>3</sup> Dessa huvudsakliga teman bestod av frågor kring företagets framväxt och nisch, den praktiska sidan av verksamheten, företagets målsättningar, rekrytering och utbildning av anställda, samt frågor om synen på konkurrens med liknande verksamheter.

<sup>4</sup> Studiecoach är det vedertagna begrepp som etablerats inom den privata läxhjälpmarknaden för att benämna de personer som genomför själva läxhjälpaktiviteterna med kunden. Dessa består i huvudsak av universitetsstudenter som anställs på timbasis.

## REFERENSER

- Albert, Stuart, & Whetten, David (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior*, 7, 263–295.
- Aurini, Janice, Davies, Scott, & Dierkes, Julian (2013). Out of the shadows: An introduction to worldwide supplementary education. I Janice Aurini, Scott Davies & Julian Dierkes (Red.), *Out of the shadows: The global intensification of supplementary education* (s. xv–xxiv). Emerald.
- Ball, Stephen J. (2009). Privatising education, privatising education policy, privatising educational research: network governance and the ‘competition state’. *Journal of Educational Policy*, 24(1), 83–99.
- Ball, Stephen J. (2018). Commercialising education: profiting from reform!. *Journal of Education Policy*, 33(5), 587–589. 10.1080/02680939.2018.1467599
- Bitektine, Alex, & Haack, Patrick (2015). The “macro” and the “micro” of legitimacy: Towards a multilevel theory of the legitimacy process. *Academy of Management Review*, 40(1), 49–75. 10.5465/amr.2013.0318
- Blomberg, Helena, & Welander, Jonas (2019). A narrative study of newly graduated registered Swedish nurses’ establishment in the profession and the portrayal of a healthcare organization. *Journal of Health Organization and Management*, 33(4), 413–425. 10.1108/JHOM-09-2018-0251
- Boje, David (1991). The storytelling organization: A study of story performance in an office-supply Firm. *Administrative Science Quarterly*, 36(1), 106–126.
- Bray, Mark (2017). Schooling and its supplements: Changing global patterns and implications for comparative education. *Comparative Education Review*, 61(3), 469–491.
- Bruner, Jerome (1990). *Acts of Meaning*. Harvard University Press.
- Corley, Kevin (2004). Defined by our strategy or our culture? Hierarchical differences in perceptions of organizational identity and change. *Human Relations*, 57(9), 1145–1177. 10.1177%2F0018726704047141
- Czarniawska, Barbara (1997). *Narrating the Organization: Dramas of Institutional Identity*. University of Chicago Press.
- Czarniawska, Barbara (1998). *A Narrative Approach to Organization Studies*. Sage Publications.
- Dahlstedt, Magnus, & Fejes, Andreas (2019). Market forces in Swedish education. I Magnus Dahlstedt & Andreas Fejes (Red.), *Neoliberalism and market forces in education: Lessons from Sweden* (s. 1–12). Routledge.
- Davies, Bronwyn, & Harré, Rom (1990). Positioning: The Discursive Production of Selves. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 20(1), 43–63. 10.1111/j.1468-5914.1990.tb00174.x

- Deephouse, David L., Bundy, Jonathan, Plunkett Tost, Leigh, & Suchman, Mark C. (2017). Organizational Legitimacy: Six Key Questions. I Royston Greenwood, Christine Oliver, Thomas Lawrence, & Renate Meyer (Red.), *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism* (s. 27-54). Sage.
- Ginzel, Linda, Kramer, Roderick, & Sutton, Robert (2004). Organizational impression management as a reciprocal influence process: The neglected role of the organizational audience. I Hatch, Mary Jo, & Schultz, Majken (Red.), *Organizational Identity* (s. 223-261). Oxford University Press.
- Hallsén, Stina (2021). The Rise of Supplementary Education in Sweden: Arguments, Thought Styles, and Policy Enactment. *ECNU Review of Education*, 4(3), 476-493. 10.1177/2096531120952096
- Hallsén, Stina, & Karlsson, Marie (2019). Teacher or friend? – consumer narratives on private supplementary tutoring in Sweden as policy enactment. *Journal of Education Policy*, 34(5), 631-646. 10.1080/02680939.2018.1458995
- Hatch, Mary Jo, & Schultz, Majken (2004). *Organizational identity: a reader*. Oxford University Press.
- Karlsson, Marie, & Pérez Prieto, Héctor (2012). Introduktion – Livsberättelser: mening och identitet i tid och rum. I Marie Karlsson & Héctor Pérez Prieto (Red.), *Livsberättelser- mening och identitet i tid och rum* (s. 1-5). Karlstad University Studies.
- Lundahl, Lisbeth, Erixon Arreman, Inger, Holm, Ann-Sofie, & Lundström, Ulf (2013) Educational marketization the Swedish way. *Education Inquiry*, 4(3), 497-517.
- Löfven, Stefan (2014). Regeringsförklaring 2014. <https://www.regeringen.se/tal/2014/10/regeringsforklaringen-den-3-oktober-2014/>
- Pfeffer, Jeffrey (1981). Management as symbolic action: The creation and maintenance of organizational paradigms. I Larry Cummings & Barry Staw (Red.) *Research in Organizational Behavior* (s. 1 -52). CT JAI Press.
- Regeringens proposition 2006/07:94. *Skattelättnader för hushållstjänster, m.m.* Finansdepartementet. <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/proposition/2007/04/prop.-20060794/>
- Rhodes, Carl, & Brown, Andrew D. (2005). Narrative, organizations and research, *International Journal of Management*, 7(3), 167–188.
- SFS 2007:346. *Lag om skattereduktion för hushållsarbete.* <https://rkrattsbaser.gov.se/sfst?bet=2007:346>
- Suchman, Mark (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-611.
- Weick Karl (1995). *Sensemaking in Organizations*. SAGE.

- Weick Karl (2009). *Making Sense of the Organization: The Impermanent Organization*. John Wiley.
- Whetten, David (2006). Albert and Whetten Revisited Strengthening the Concept of Organizational Identity. *Journal of Management Inquiry*, 15(3), 219-234.
- Zucker, Lynne G. (1987). Institutional Theories of Organization. *Annual Review of Sociology*, 13, 443-464.