

**BETYDELSEN AV DET
FÖRSTA INTRYCKET
OCH DEN ICKE
VERBALA
KOMMUNIKATIONENS
PÅVERKAN UNDER
EN ANSTÄLLNINGSINTERVJU**

**THE SIGNIFICANCE OF
THE FIRST IMPRESSION
AND THE
NONVERBAL
COMMUNICATION INFLUENCE
IN A JOB INTERVIEW**

Examensarbete inom huvudområdet
Socialpsykologi
Grundnivå 22.5 Högskolepoäng
Vårtermin 2012

Magnus Järlström
Armend Llukaj

Handledare: Håkan Nilsson
Examinator: Anders Chronholm

Abstract

Denna uppsats är en kvalitativ studie med den hermeneutiska fenomenologin som vetenskapligt perspektiv. Syftet är att beskriva hur rekryterare själva upplever fenomenet första intrycket samt hur den icke verbala kommunikationen påverkar detta. Vi vill genom en situation som en anställningsintervju beskriva hur rekryterare upplever det första intrycket utifrån egna erfarenheter, samt hur handslag, kroppshållning, utseende, gester och ögonkontakt påverkar detta. Våra forskningsfrågor lyder enligt följande; Hur upplever rekryterare det första intrycket vid en anställningsintervju? Hur, fem icke verbala signaler påverkar det första intrycket under anställningsintervjun? För att besvara forskningsfrågorna har sex semistrukturerade intervjuer genomförts med rekryterare som har stor erfarenhet av anställningsintervjuer. Våra teoretiska utgångspunkter har varit attributionsteorin samt det fundamentala attributionsfelet där båda är grenar inom den kognitiva teorin. Även Fiskes teorier om kommunikation har legat till grund. Slutsatserna blev utifrån respondenternas upplevelser att det första intrycket har en betydelse under en anställningsintervju men är inte på något sätt avgörande. Respondenterna är således beredda på att omvärdera om ett första intryck skulle bli negativt, men det skapar bättre förutsättningar och underlättar för rekryteraren om det är ett bra sådant. De icke verbala signalerna har en påverkan genom att de är en del av en helhet som alla hjälper till för att förstärka ett helhetsintryck. Utifrån uppsatsen slutsatser har vi skapat en djupare förståelse kring första intrycket och dess betydelse under en anställningsintervju samt fått ta del av våra respondenters upplevda erfarenheter.

Nyckelbegrepp: första intrycket, attribution, icke verbal kommunikation/signal, upplevelser.

Innehållsförteckning

INTRODUKTION	1
Syfte och problemformulering	2
Metodologisk tradition.....	2
Avgränsningar.....	2
TEORETISKT PERSPEKTIV OCH TIDIGARE FORSKNING	3
Kognitiv teori.....	3
Kommunikation	4
Koder	5
Icke verbal kommunikation	5
Första intrycket	8
Definition av kategorier	9
Utseende.....	9
Gester	9
Kroppsställning	10
Ögonkontakt.....	10
Handslaget.....	10
METOD	11
Validitet och Reliabilitet.....	13
Etik.....	13
RESULTAT	14
Tema 1; Första intrycket.....	14
Kategori 1; Fenomenologisk grundansats	14
Tema 2; Icke verbala signaler	17
Kategori 1; Handslaget.....	17
Kategori 2; Utseende.....	19
Kategori 3; Ögonkontakt.....	22
Kategori 4; Kroppshållning/kroppsställning	23
Kategori 5; Gester	24
ANALYS	26
Första intrycket	26
Icke verbal kommunikation (signaler).....	27
DISKUSSION	30
KÄLLFÖRTECKNING	35

BILAGA 1: INTERVJUGUIDE

Introduktion

Att ge ett bra första intryck på anställningsintervjun sägs vara viktigt när man söker en tjänst. En rekryterare vill känna att just du vill ha det här jobbet, att du vill arbeta hos just dem. Kommunikation kan ske verbalt eller icke verbalt. Den icke verbala kommunikationen, som är en del av hur vi kommunicerar är kanske av störst vikt under inledningen av ett möte då man försöker koda av och få en uppfattning om en individ. Utifrån vår bild av en anställningsintervju har vi diskuterat fram fem icke verbala signaler som vi tror kan vara avgörande för ett första intryck under en anställningsintervju. Handslag, kroppshållning, utseende, gester och ögonkontakt kan vara betydande och avgörande redan innan man börjat kommunicera verbalt, och kan sätta tonen för vidare relation och bedömning.

Vår varseblivning av verkligheten hjälper oss att koda av och begripa det vi har framför oss, vad vi uppfattar. (Fiske, 2000). Ett exempel är *det fundamentala attributionsfelet*, där ett lamt handslag faktiskt kan bero på att den andre har ont i handen. Här tar man istället ingen hänsyn till situationen och tillskriver personen orsaken till händelsen och bortser ifrån att individen faktiskt kan ha ont i handen (Hinton, 2003, i Fiske & Taylor, 1991). En situation där första intrycket är av stor betydelse är vid just en anställningsintervju, där individer förmodligen möts ansikte mot ansikte för första gången. Anställningsintervjun skiljer sig från ett mer vardagligt möte då det står mycket på spel för den ena parten. Här gör Lindelöw ett intressant konstaterande, hon hävdar att..." vid det första mötet med en kandidat riskerar det första intrycket, baserat på ytlig information, spela stor roll för hur rekryteraren förhåller sig till kandidaten" (Lindelöw 2008, s.122). Vi vill tolka hur rekryterare upplever den inledande delen av anställningsintervjun utifrån det första intrycket samt hur fem utvalda icke verbala signaler påverkar upplevelsen. Vi finner detta fenomen intressant och vill beskriva detta utifrån den som genomför uppdraget.

Studien vi vill genomföra har socialpsykologisk relevans då vi vill undersöka hur människor organiserar och tolkar inkommande information i ett samspel. De kognitiva processerna som sker i ett socialt samspel kan således ligga till grund för vår studie om huruvida man tolkar och styr intryck. Vi vill belysa den icke verbala kommunikationen av interaktionen och dess roll. Utifrån den lilla information man får vid första intrycket

skapas en bild, baserad på ytlig information som sedan kan spela roll hur man vidare förhåller sig till varandra. Det är alltid relevant för det socialpsykologiska ämnet att undersöka en interaktion och att detta förhoppningsvis kan ge oss en vidare förståelse och nya infallsvinklar.

Syfte och problemformulering

Syftet med denna studie är att beskriva hur rekryterare själva upplever fenomenet första intrycket samt hur den icke verbala kommunikationen påverkar detta. Vi vill genom en situation som en anställningsintervju beskriva hur rekryterare upplever det första intrycket utifrån deras egna erfarenheter, samt hur handslag, kroppshållning, utseende, gester och ögonkontakt påverkar detta. Med bakgrund av vårt syfte lyder vår problemformulering enligt följande. Har det första intrycket och den icke verbala kommunikationen någon påverkan under en anställningsintervju? Mer precist lyder våra forskningsfrågor enligt följande:

Hur upplever rekryterare det första intrycket vid en anställningsintervju?

Hur, fem icke verbala signaler påverkar det första intrycket under anställningsintervjun?

Metodologisk tradition

Vi vill genom den kvalitativa metodologin utföra intervjuer med de som sköter rekryteringen inom vård & omsorg samt bemanningsbranschen. Respondenternas svar blir således underlag för vår tolkning av deras upplevelser av fenomenet första intrycket samt hur de fem icke verbala signalerna påverkar under en anställningsintervju. Vårt insamlade material kommer att bearbetas utifrån den hermeneutiska fenomenologin.

Avgränsningar

Vi vill avgränsa vår studie till hur rekryterare upplever det första intrycket och hur detta kan påverka anställningsintervjun utifrån icke verbala signaler. Vi tror att i de inledande minuterna samt under intervjuens gång hinner man få många intryck utifrån den andres icke verbala kommunikation. Vi vill således inte belysa anställningsintervjun i sig med dess faser och struktur. Vi vill även poängtera att vi är medvetna om att man får ett första intryck av ett CV, men vårt intresse ligger i det första sociala intrycket vid en anställningsintervju. Denna interaktion sker på ett interpersonellt plan vilket betyder att

vi vill avgränsa oss till hur slutsatser dras utifrån ett samspel mellan två individer. Vi vill tolka upplevelserna från sex respondenter med stor erfarenhet av anställningsintervjuer. Tre inom vård & omsorg samt tre inom bemanningsbranschen i Skövde kommun. Tanken är inte att jämföra de båda branscherna utan oberoende av bransch hitta de gemensamma upplevelserna kring fenomenet första intrycket.

Teoretiskt perspektiv och tidigare forskning

Kognitiv teori

Människan ses som en tänkande, rationell och medveten varelse som formar sin bild av världen utifrån erfarenheter. Den kognitiva socialpsykologin menar att kognitiva processer måste ske i ett socialt sammanhang där det uppstår ett samspel och därefter varseblir, tolkar och hanterar vi symboler. Enligt den kognitiva teorin anses det första intrycket som något väldigt viktigt och har störst inverkan vid exempelvis formella eller sporadiska möten. Om vi har motsägande information om en individ tenderar det vi möter först att få störst vikt och det som kommer senare i stort sett ignoreras (Nilsson, 1996).

Under mitten av 1960-talet utvecklades attributionsteorin som blev en ny socialpsykologisk teori inom det kognitiva perspektivet. Den process som går ut på att man tillskriver människors egenskaper och orsaker bakom beteendet kallas attribution. Att attribuera innebär att drivkrafterna till egna och andras handlingar tillskrivs genom olika motiv, egenskaper och att vi letar efter orsaker till yttre skeenden. Vi förklarar inte vardagen genom ett objektivt logiskt och kritiskt tänkande utan man vill helst hitta enkla och tydliga förklaringar. Attributionsteorin menar att ett problem är att man ser attributioner som fakta och som korrekta observationer istället för hypoteser. Med relativt lite information skapar vi oss en bild av en annan människa, vi lägger till och drar ifrån, och vi minns ofta felen. Handlar våra slutsatser om till exempel attityder och känslor så grundar vi oss på mindre information för vår tolkning om andra. Det vi väljer att tro om olika beteenden styr sedan relationen och de bedömningar vi utför om andra personer, på så sätt blir deras handlingar begripliga och mer förutsägbara. Detta kan få avgörande konsekvenser som till exempel vid en anställningsintervju där de flesta sökande är spända och nervösa. Tolkning och resultatet av intervjun kommer antingen i

större eller i mindre uträkning att påverkas av om intervjuaren anser orsaken till nervositeten ligger hos personen i fråga eller i situationen (Nilsson, 1996). Hur man attribuerar beror mycket på vad man kommunicerar vilket nästa avsnitt förtydligar.

Kommunikation

Kommunikation är en av de mänskliga aktiviteter som alla känner till men som är svårt att definiera. Kommunikation är att prata med varandra, television, att sprida information och vår frisyrr, med andra ord kan listan göras lång om hur fenomenet definieras och förklaras. Mänsklig kommunikation hävdas av många att vara ett för komplext fenomen för att vara en vetenskap i ordets vanliga akademiska mening utan är ett tvärvetenskapligt studieområde. När listan blir för lång så blir det ett problem för akademiker att korrekt tillämpa termen ”studieämne” på något som är så skiftande och mångfasetterat (Fiske, 2000). Fiske (2000), har genom boken *Kommunikationsteorier - en introduktion* försökt att skapa ett sammanhang kring det förvirrande fenomenet. Bokens uppbyggnad menar att det finns två betydande skolor gällande kommunikationsstudier.

Den första skolan, som även kallas ”processskolan” ser kommunikation som *överföring av meddelanden*. Denna skola inriktar sig främst på frågor som effektivitet och noggrannhet där sändare och mottagare kodar och avkodar och hur sändarna sedan tolkar informationen genom olika kanaler och media för kommunikation. Det som inringas är den sociala samverkan genom vilken en person sätter sig i relation till andra eller påverkar beteendet, sinnesstämningen eller det känslomässiga mottagandet hos någon annan och tvärtom (Fiske, 2000).

I den andra skolan sker kommunikation som *skapande och utbyte av betydelser*. Via meddelanden eller texter skapas betydelser vilket samverkar människor, den behandlar med andra ord textens roll i vår kultur. En misslyckad kommunikation betraktas inte som en missuppfattning utan snarare en kulturell skillnad mellan sändare och mottagare. Semiotiken som är en studiemetod inom skolan menar att tyngdpunkten flyttas till texten och hur man läser av den. Fiske konstaterar att ”läsare med olika sociala erfarenheter eller från olika kulturer kan därför finna olika betydelser i samma text” (Fiske, 2000, s.14). Som vi var inne på tidigare är det nödvändigtvis inte ett tecken på misslyckad kommunikation. Beroende på olika sociala erfarenheter och kulturella

skillnader kodar och avkodar vi olika. Båda skolorna tolkar definitionen av kommunikation som social samverkan med hjälp av meddelanden på sitt eget sätt (Fiske, 2000).

Koder

Fiske (2000) menar att koder är ett system där tecken organiseras. Han menar att dessa system styrs av regler som samhället och dess medlemmar har godkänt. Utifrån detta kan man förklara att studier av koder ofta lägger tonvikten på kommunikationens sociala dimension. De flesta aspekter av vårt sociala liv som är formella eller styrs av regler och som i sin tur har blivit godkända av samhällets medlemmar kan därav sägas vara "kodad". Man skiljer här mellan beteendekoder som till exempel är juridiska lagar, regler för uppträdande och idrottsregler och betecknande koder. Betecknande koder handlar om teckensystem. När vi skilt dessa åt skall man vara medveten om att dessa två typer av koder påverkar varandra. Ett exempel kan vara vägtrafikförordningen som både är ett beteendemässigt och ett betecknande system av koder (Fiske, 2000). Den kategori av koder som Fiske lägger sin tyngdpunkt på är betecknande koder. Koder av denna typ har ett antal elementära egenskaper där egenskapen om att samtliga koder utför en identifierbar social eller kommunicerande funktion, som kan relateras till vår problemformulering.

Koder är inte bara ett system för att organisera och förstå data utan även utförande av kommunikation och sociala funktioner. För att kategorisera dessa funktioner är det viktigt att även här skilja mellan två typer av koder, framställande och återgivande koder. Återgivande koder producerar text och består av ikoniska eller symboliska tecken. Texten står för något som är skiljt från den själv och kodaren det vill säga att man inriktar sig på förståelsen av texten. Framställande koder är raka motsatsen till återgivande koder där det inte kan stå för något som är skiljt från dem själva eller kodaren. Det handlar om aspekter av kommunikation av kodaren själv och den rådande sociala situationen (Fiske, 2000).

Icke verbal kommunikation

70 % av vår kommunikation är icke verbal (Dumbrava & Koronka, 2009). Icke-verbal kommunikation sker varje gång en person interagerar med en annan, den kan vara avsiktlig eller oavsiktlig och är en del av den snabba ström av kommunikation som

passerar mellan två samverkande individer. Tolkningen av detta meddelande har visat sig ha en central inverkan på deltagarnas uppfattningar om händelsen (Gabbott & Hogg, 2000). Ett handslag, ögonkontakt och en gest är alla en form av kommunikation och kan sprida information på många sätt (Fiske, 2000). Icke verbal kommunikation är i själva verket en serie av ledtrådar som kodas av avsändaren, antingen medvetet eller omedvetet, och därefter avkodas av mottagaren. Kommunikation och mottagning av dessa meddelanden sker kontinuerligt från båda sidor och bildar en andra nivå av ett samtal vars effektivitet är ytterst beroende av den exakta kodning och avkodning som signalerna ger. Problemet är de missuppfattningar som kan ske och för dem finns en rad möjligheter. På en enkel nivå av icke verbal kommunikation kan exempelvis avsaknaden av ögonkontakt tolkas som ointresse snarare än förlägenhet eller distraktion, och vice versa. Vid en mer komplex nivå kan verbala och icke-verbala meddelanden inte synkroniseras, det vill säga när två former av kommunikation motsäger varandra (Gabbott & Hogg 2000).

För att definiera den icke verbala kommunikationen så sker den med hjälp av framställande av koder som ögonkontakt och gester. Denna form kan dock bara lämna information om något vilket är intressant för oss då exempelvis kroppshållning kan visa vad man har för attityd till det pågående mötet, alltså inte hur man kände förra veckan. Framställande av koder är således beroende av att kommunikationen sker ansikte mot ansikte. Den funktion av koder som intresserar oss är styrning av samspelet. Koderna används för att styra typen av relation som kodaren vill ha med den andre. Här kommer kroppshållning, gester, ögonkontakt med mera bli avgörande för hur samtalet flyter på. Ett bra exempel kan vara att man använder koder för att visa att jag har talat färdigt och att det är någon annans tur (Fiske, 2000). Utifrån detta förstår man vikten av att ”knäcka” dessa koder för att samtalet ska flyta på och vara intressant.

I en studie av Gabbott & Hogg (2000) ville man värdera den icke verbala kommunikationens roll ur konsumenternas bedömning av service/tjänster. De mellanmänniska interaktionerna är en grundpelare när man pratar service och den icke verbala kommunikationen spelar då en viktig roll. Studien var uppdelad i tre moment där deltagarna fick observera videoscenarion som fick demonstrera effekten av kommunikationen på konsumenter. Resultaten visade betydande skillnader i

respondenternas reaktioner utifrån det icke verbala beteendet hos tjänsteleverantören. Det första momentet var att undersöka 377 personers syn på den icke verbala kommunikationens roll när man varseblir service från en hotellreceptionist. Resultatet visade att den icke verbala kommunikationen påverkar hur kunder utvärderar serviceupplevelsen. 203 personer fick se ett positivt scenario där kroppshållning och ögonkontakt demonstrerades, där hela 78 % svarade att de skulle bli nöjda om de fick den service som det positiva exemplet levererade. 174 personer blev tilldelade det negativa exemplet, som mindre ögonkontakt och sämre kroppshållning, där hela 86 % skulle bli missnöjda om de fick den sortens service. Gabbott & Hogg (2000) menar vidare utifrån sin undersökning att större vikt bör läggas på det icke verbala då det har en tydlig effekt på, i detta fall konsumenters upplevelse. I vår studie handlar mycket om hur rekryteraren upplever en kandidats icke verbala kommunikation. En kandidats uppgift är att sälja in sig själv så att rekryteraren, i detta fall konsumenten ”köper” dig. Om man ska tro Gabbott & Hogg (2000) så bör kandidaten ha en större chans om man behärskar det icke verbala.

Enligt Dumbrava & Koronka (2009) sker 70 % av vår kommunikation ickeverbalt och anser att det är viktigt att förvärva kunskaper som rör denna typ av interaktion för att säkerställa effektiva sociala och affärsmässiga relationer. En form av mänsklig interaktion, affärskommunikation som i stort sett förlitar sig på människors förmåga att hantera sådana sociala signaler som användningen av den interpersonella rymden och kroppsspråk för att stödja och förbättra vad vi kommunicerar muntligt. Vidare menar Canan (2009) att för lärare är det viktigt att tänka på den icke-verbala kommunikationen då talet inte är det enda sättet att fånga studenternas intresse eller engagemang om ämnet. Det kan kopplas till kandidatens roll i att fånga rekryterarens intresse och uppmärksamhet. Vidare menar Canan (2009) att lärarnas icke verbala kommunikation skapar en bekväm och avslappnad miljö för studenterna vilket också i sin tur leder till ökad trivsel och förståelse om ämnen som undervisas. Lärare rekommenderas att vara medveten om vikten av icke-verbal kommunikation, något som även den arbetssökande bör beakta.

Första intrycket

Varseblivning är om hur vi formar första intrycket om andra människor och hur vi drar slutsatser kring dem. En viktig källa till information som vi använder är just den icke verbala kommunikationen som exempelvis ansiktsintryck, kroppsrörelser och röstläge (Aronsson, Wilson, & Akert, 2007).

Varseblivning av verkligheten är i sig en avkodningsprocess där frågan är att begripa den information eller data som finns framför oss. Att identifiera betydelsebärande skillnader och sedan identifiera enheter kan spegla det vi uppfattar. Sedan är det en fråga om att se ett samband mellan dessa enheter till en enhet. Med andra ord skapa ett synsätt och förståelse specifikt för vårt språk och vår kultur. Det är genom detta synsätt vi pratar om verkligheten som en social konstruktion (Fiske, 2000).

Första intrycket handlar om att *attribuera*, som i socialpsykologin benämns som den vardagliga förståelse av en persons beteende som man får genom att ange en orsak i den yttre situationen eller hos personen (Nationalencyklopedin, 1990), och förstå människors handlingar och beteende. Frågan är hur pass noggranna vi är när vi skall bedöma andra människor vid första mötet? Vi är väldigt snabba på att attribuera vid första mötet vilket oftast leder till felaktiga beslut (Aronsson, m.fl 2007). Människor tar en mental genväg genom att ofta bedöma personligheten istället för att väga in situationen. Ett exempel är det fundamentala attributionsfelet där vi utgår ifrån våra *scheman*, översiktlig bild, mönster (Nationalencyklopedin, 1995) vi har om mänskliga beteenden och att människor gör som de gör för att de är den typ av människa och inte den situation de befinner sig i (Andrews, 2001). När vi lärt känna en person bättre och förstått dess egenskaper så behöver det inte betyda att man gjort en felaktig bedömning från början, utan det första intrycket förstärks.

Om första intryckets påverkan gjorde Greenlees, Bradly, Holder & Thelwell (2005) en studie med syftet att undersöka den effekt som motståndarens kläder och kroppsspråk har i bordtennis och på det sätt vilket de uppfattas. Resultat visade att modellerna som porträtterade ett positivt kroppsspråk fick mer gynnsamma betyg angående första intrycket. Kläder hade dock ingen inverkan på första intrycket och dess betyg. Dessutom rapporterade deltagarna lägre tilltro till sin förmåga att besegra motståndaren när de såg motståndaren bära bordtennis specifika kläder och när motståndaren

porträtterades positivt kroppsspråk än när de såg motståndare med negativt kroppsspråk eller bära allmänna sportkläder. Slutsatser menar att det icke verbal beteendet har betydelse för det sätt man uppfattas på. Detta kan relateras till vår studie genom att den som söker jobbet blir utvärderad utifrån kläder och kroppsspråk och hur det påverkar första intrycket.

Definition av kategorier

Kroppsspråk är allmänt kallat attityd och auran vi skapar omkring oss och som uppfattas långt innan vi yttrar ett ord. Eftersom forskning visar att mycket som vi upplever om en annan person sker i de första ögonblicken av en interaktion så är det första intrycket svårast att förändra (Dumbrava & Koronka, 2009). Enligt Argyle (Fiske 2000, i Argyle, 1972) är den mänskliga kroppen det främsta verktyget för överföring av framställande koder. Argyle (1972) nämner de koder som vi tror har en inverkan på första intrycket, utseende, gester, kroppsställning och ögonkontakt samt antyder vilken betydelse de kan förmedla. Definition av *handslaget* tas från Hiemstra (1999).

Utseende

Argyle (Fiske, 2000, i Argyle 1972) delar upp koden i två bitar, de som man kan kontrollera själv till exempel hår, kläder, hy, smink och smycken. Och de som är svårare att kontrollera till exempel längd och vikt. Utseendet används för att sända meddelande om personligheten, den sociala ställningen och särskilt *konformitet*. (Fiske, 2000, i Argyle, 1972). Konformitet är en socialpsykologisk term som betecknar att en individ ger efter för en grups förväntningar och uppfattningar (Nationalencyklopedin, 1993). Fiske (2000) menar vidare att klä sig på morgonen är att koda ett meddelande.

Gester

De som främst förmedlar gester är händer och armar men gester med fötter och huvud är också av vikt. Gester är nära relaterat till talet och förstärker den verbala kommunikationen. De kan visa känslomässig upphetsning eller speciella känslomässiga tillstånd. Som exempel kan en upprepad, ivrig rörelse uppfattas som ett försök att dominera medan en mer flytande och cirkelformig rörelse uppfattas som en önskan att förklara eller vinna förståelse (Fiske, 2000 i Argyle, 1972).

Kroppställning

Vårt sätt att stå, ligga och sitta kan sända en intressant mängd betydelser men det är ändå begränsat. När det gäller kommunikation så förmedlar detta attityder personer i mellan som vänlighet, fientlighet, överlägsenhet och underlägsenhet som alla kan speglas av hållningen. Kroppställningen kan också förmedla sinnesställning, framförallt spänning eller avslappning. Överraskande nog och intressant är att ansiktsuttrycket är lättare att kontrollera än kroppställningen. Om man är nervös kanske det inte syns lika tydligt i ansiktet utan avslöjas av kroppställningen (Fiske, 2000 i Argyle, 1972).

Ögonkontakt

Några viktiga aspekter är när, hur ofta och hur länge vi möter andras människors blickar är ett sätt att sända viktiga meddelanden. Ögonkontakten förmedlar hur dominant eller underfallande vi vill att förhållandet ska vara. Man kan till exempel stirra ut någon vilket kan avgöra vem som är den dominerande, att blinka mot någon tyder på en vilja om samförstånd. Att möta den andras blick i början av ett verbalt uttryck kan bero på viljan att dominera lyssnaren och genom detta få henne eller honom att vara uppmärksam. Efter man har sagt något så strävar man efter feedback, att man vill se hur lyssnaren reagerar (Fiske, 2000 i Argyle, 1972).

Handslaget

Allt som oftast inleds ett formellt möte, som en anställningsintervju med ett handslag. I en artikel av Hiemstra (1999) utförde man en övning där en grupp studenter deltog. Övningen gick ut på att hjälpa studenter svara på frågan hur viktigt ett handslag är när du vill göra ett gott första intryck, och förstå vikten av den icke verbala kommunikationen inom arbetslivet. Hiemstra (1999) förlitar sig på att människor vet att det vi gör signalerar buskapet starkare än det vi säger. Enligt artikeln var alla studenter överens om att det första man gör vid en intervju är att skaka hand. De skulle sedan skaka hand med varandra och utifrån detta diskutera olika typer av handslag som till exempel pumper, att man inte slutar skaka handen, crusher som ger en smärtsam upplevelse och det slappa handslaget som inte ger något speciellt intryck alls. Tillsammans utgör de olika typerna, efter diskussion ett oprofessionellt sätt att använda sitt handslag. Efter övningen blev studenterna medvetna om vikten av vad ett handslag

kan skapa för intryck. Att vår icke verbala kommunikation inklusive handslaget ska prioriteras högt för att kandidaten ska upplevas professionell (Heimstra, 1999).

Metod

Vår teoretiska bakgrund har vi samlat in genom olika databaser. LibHub, Emerald och PsycINFO har försett oss med artiklar kring tidigare forskning. Relevant litteratur har vi sökt i bibliotekets sökfunktion eller använt oss av böcker vi själva har från tidigare kurser. Med teorin som bakgrund för vår undersökning och när det gäller genomförandet så är forskningsstrategin fenomenologisk och vårt instrument intervju, där av en kvalitativ metod.

Den kvalitativa forskningsdesignen föredrar att lägga vikten vid hur individerna upplever och tolkar sin sociala verklighet, den sociala verkligheten är som en ständigt föränderlig egenskap (Bryman, 2001). Då vi ämnar beskriva fenomenet, det första intrycket från den ena partens synvinkel i ett möte så handlar mycket om hur individen upplever och tolkar sin sociala verklighet. I den kvalitativa grenen sätts människan i fokus och hur de i en viss miljö tolkar denna verklighet.

Enligt Bryman (2001) är intervjun väldigt attraktiv just för sin flexibilitet genom att den kan tas i den riktning som intervjupersonens svar går i. Att undersökningens fokus kan anpassa sig efter viktiga frågor som dyker upp under intervjuns gång tillskillnad mot en kvantitativ intervju som är mer fast i sin struktur. Det är av vikt för oss att respondenten kan röra sig i olika riktningar under intervjun eftersom detta ger kunskap om vad respondenten upplever vara relevant och viktigt. Vi vill med vår studie beskriva hur ett antal personer, i detta fall rekryterare, utifrån erfarenheter och upplevelser beskriver det första intrycket vid en anställningsintervju. Första intrycket är ett fenomen som det ofta talas om och som vi finner intressant

Fenomenologin fokuserar på att beskriva vad deltagarna har gemensamt när de upplever ett fenomen. Grundstenen inom fenomenologin är att hitta essensen, det väsentliga i något genom att beskriva individers upplevelser/erfarenheter av ett fenomen.

Med detta som grund kan kvalitativa forskare identifiera eller belysa ett fenomen. Utifrån detta gör man en undersökning från individer som man tror har erfarenheter/upplevelser från fenomenet och söker sedan essensen från alla individer. I vidare analys ska man beskriva vad de har upplevt och hur de har upplevt det (Creswell, 2007).

Intervjuns utformning var semi strukturerad och inleddes med fyra öppna frågor där respondenten fick beskriva hur de personligen upplever och beskriver första intrycket. Vidare hade vi en lista av bestämda kategorier som berördes och som konstruerades i en intervjuguide. Intervjun gav oss även möjlighet att frånga listan beroende på vart respondenten ledde oss (Bryman, 2001). Den semi strukturerade intervjun passade oss bäst då vår problemformulering har ett tydligt fokus vilket kan underlätta om frågor och svar uppstod som icke var förutbestämda.

Vårt intresse låg i att finna vad flera individer har gemensamt när man beskriver det första intrycket och hur den icke verbala kommunikationen påverkar detta, att finna kärnan kring fenomenet. Vi har genomfört intervjuer med sex respondenter som har stor erfarenhet av anställningsintervjuer. Samtliga har genomfört minst femtio intervjuer vilket betyder att de har den erfarenheten vi eftersträvade för att kunna besvara våra frågor med så stor trovärdighet som möjligt. Dels utifrån vår design men även med hänsyn till fenomenologins krav. Valet av respondenter diskuterades fram genom vilka som kunde tänkas ha en hög omsättning på personal. Valet föll på bemanningsbranschen samt Vård & Omsorg som båda har en hög omsättning på personal vilket således betyder att man gjort flertalet rekryteringar. Vi kontaktade tänkta respondenter per telefon. Kravet var stor erfarenhet av anställningsintervjuer och uppfyllde personen i fråga kravet så blev personen omedelbart aktuell för intervju. Vi la således ingen vikt på om de tänkta respondenterna var män eller kvinnor eller hade någon annan etnisk bakgrund. Vi valde att utföra våra intervjuer i respondenternas egna arbetsmiljöer, att deras svar kom från den livsvärld och miljö de är vana att verka i.

Den hermeneutiska fenomenologin står för att tolka processen där man går in i en undersökning med förförståelse. Man försöker hitta mening genom att tolka de olika upplevelserna. Sedan utvecklade vi en textural beskrivning/analys av upplevelsen alltså VAD individen har upplevt och en struktural beskrivning av deltagarnas upplevelse med

andra ord HUR de upplevt situationen eller kontexten. Att kombinera/växla mellan dessa båda beskrivningar bidrar med en övergripande essens.

Validitet och Reliabilitet

Vad gäller kvalitetskriterier så menar Bryman (2001) att det är svårt för kvalitativ forskning som vår att bli reliabel då undersökningen kan vara svår att upprepa. Ett exempel kan då vara, att vi som intervjuar har en viss social påverkan på respondenten vilket en annan som gör samma intervju kanske inte har. Vidare i tolkningsprocessen kan det vara svårt att få reliabilitet då vi var två i forskarlaget med olika bakgrund och erfarenhet och kan således tolka olika. När vi analyserat har vi således försökt att ha detta i åtanke för att inte färga svaren med våra erfarenheter. Det vi har gjort för att få hög reliabilitet, var att ge vår studie en viss pålitlighet genom ett granskande synsätt där vi som forskare valde respondenter med omsorg, där erfarenheten hela tiden varit av största vikt. Våra respondenter är tillförlitliga genom att de har stor erfarenhet av det vi vill beskriva, första intrycket vid en anställningsintervju. Beslut rörande analysen har diskuterats med utomstående part bland annat vår handledare. Validitet handlar om att man mäter det man säger sig göra (Bryman, 2001). Det är inte säkert att respondenten hade samma bild över det valda fenomenet som vi har haft men innan vi startade intervjuerna förklarade vi studiens syfte utan att leda in dem i någon särskild riktning. Vi anser att studien har ett visst mått av validitet då vi utförde intervjuerna i den miljö där respondenten vanligtvis verkar i, med detta kan resultaten bli överförbara till viss del då respondentera har liknande yrke och erfarenheter. För att skapa tillförlitlighet kan vi som forskare visa våra resultat för våra respondenter och på så sätt få bekräftat att vi tolkat verkligheten på ett riktigt sätt, respondentvalidering (Creswell, 2007).

Etik

Som kvalitativ forskare möter man många etiska frågor när det kommer till behandling av insamlad data. I vår beskrivning av det första intrycket var vi inte intresserade av vad en viss individ upplever från en viss bransch utan att de endast har stor erfarenhet av fenomenet. Vi har valt att behandla insamlat material konfidentiellt genom att referera till respondenterna som siffror, R1-R6. Vi var tydliga mot respondenterna redan från början genom att påpeka att de ska delta i en undersökning och att uppgifterna ska behandlas anonymt. Vi informerade undersökningens mening och syfte vilket vi ansåg som etiskt riktigt (Creswell, 2007). Genom anonyma svar hoppades vi att våra

respondenter skulle svara så ärligt som möjligt. Vår intention var att efter vi förklarat studiens syfte och att insamlat material ska behandlas konfidentiellt skulle känna sig trygga, väl till mods och svara sanningsenligt. En annan viktig del var att inte få med personliga upplevelser under intervjuens gång som intervjuare. Risken finns att man minimerar de svar som är väsentliga för att konstruera mening och tolka respondentens svar utifrån fenomenologin (Creswell, 2007).

Resultat

I det här avsnittet presenteras uppsatsens huvudsakliga resultat. Vi har delat upp frågorna i två teman där det första behandlar fenomenet första intrycket och det andra, icke verbala signaler/kommunikation. Från våra sex respondenter kommer vi att redovisa resultaten genom att sammanställa deras svar. Utöver sammanställningen kommer korta utdrag, citat från respondenterna svar att presenteras. Om exempelvis tre respondenter har svarat liknande kommer ett konstaterande som bäst talar för alla tre att presenteras.

Tema 1; Första intrycket

Inom detta tema, första intrycket har vi urskilt en kategori vilken är den fenomenologiska grundansatsen, alltså upplevelserna av det första intrycket. Nedan följer en resultatpresentation med utgångspunkt i denna kategori.

Kategori 1; Fenomenologisk grundansats

Denna kategori berör respondenternas generella upplevelser av första intrycket. Vi har här urskilt fyra öppna fenomenologiska frågor som är relaterade till uppsatsens syfte och problemformulering där respondenten själv, utifrån deras egna erfarenheter och upplevelser får beskriva det första intrycket.

F1: *Vad innebär det första intrycket för dig?*

Fem av sex respondenter menar att det första intrycket innebär mycket och är av vikt där man som rekryterare skapar en bild av kandidaten. Tre av dessa fem respondenter menar att det även påverkar en mer än vad man kanske förstår fast på ett omedvetet

plan. Vad gäller de fem som anser att det första intrycket är av vikt så beskriver en av respondenterna en intressant infallsvinkel i frågan:

”Jag tycker det är väldigt viktigt att göra ett gott intryck. Anledningen till att man kallar personen till intervjun är just för att få de här sociala intrycken”.

En respondent är dock inne på att man lärt sig att ignorera:

”Nu när man har varit med ett tag så har jag lärt mig att ignorera, för att man har fel väldigt ofta. Man får sin uppfattning ganska fort men det är ofta den inte stämmer”.

F2: Vad tycker ni att man ska tänka på för att ge ett bra första intryck?

Respondenternas svar i frågan går till viss del isär varandra men fyra av sex respondenter är inne på samma linje då de menar att man ska visa ett intresse och vara engagerad för att ge ett bra första intryck. En respondent menar att:

”Det är just att man visar intresse, man uppför sig professionellt helt enkelt. Då ska man ha förberett sig, man ska klä sig anständigt, visa upp sig professionellt för det yrke man är här för att söka”.

Resterande två är mer inne på att man ska tänka på ögonkontakten och ett fast handslag för att ge ett bra första intryck. En av dessa två respondenter sammanfattar det enligt följande:

”Först och främst skakar man hand, det tycker jag är proffsigt och bra ögonkontakt. Första minuten är det som avgör, till viss del är det ju så och får man en positivt första intryck har man den positiva sfären redan när intervjun börjar”.

F3: Hur skulle ni utifrån egna erfarenheter vilja beskriva ett BRA kontra ett DÅLIGT första intryck?

Utifrån respondenternas egna erfarenheter av ett bra första intryck så menar samtliga att dessa har börjat med att kandidaten har kommit i tid. De menar att det är en förutsättning för att man ska få ett seriöst intryck. Fyra av respondenterna menar att när de upplevt ett bra första intryck så har kandidaten varit trevlig, glad och artig vilket i sin tur visar att man vill ha tjänsten.

Vad gäller ett dåligt första intryck så har samtliga respondenter varit med om att kandidater varit sena till intervjun. Fyra av sex respondenter beskriver hur de upplevt att kandidater kommit till intervju i illaluktande och skitiga kläder vilket förmedlar ett dåligt intryck. Två av sex menar att de upplevt kandidater som inte svarar på frågorna som ställs, utan trasslar in sig i förklaringar vilket sänder dåliga signaler. En av respondenternas svar sammanfattar både bra och dåliga erfarenheter på ett tydligt sätt:

”Ett bra första intryck jag upplevt är att man kommer i tid, är glad, att man har en klädsel för den tjänst man söker. För det är ändå ett helhetsintryck man ska förmedla. Ett dåligt är att komma försent, ha sjaskiga kläder och inte kan svara på frågorna”.

F4: Hur skulle ni vilja beskriva hur det första intrycket påverkar din bedömning vid enanställningsintervju?

Respondenterna beskriver här relativt olika hur ett första intryck kan påverka deras bedömning. Tre av sex respondenter är dock inne på samma linje då de menar att ett bra första intryck underlättar bedömningen dels genom att det påverkar mer än vad man kanske är medveten om men även att det skapar bättre förutsättningar för kandidaten ifråga. En av dessa respondenter svarar enligt följande:

”Det underlättar ju om man ger ett bra första intryck. Du skapar bättre förutsättningar med ett bra första intryck”.

Men samtliga respondenter är dock inne på att det inte låter sig påverkas för mycket och att det inte får vara helt avgörande. En av respondenterna ger dock ett intressant konstaterande i frågan:

”Det första jag tänker är. Är personen ett bra ansikte utåt?”

Tema 2; Icke verbala signaler

Inom detta tema har vi urskilt fem olika kategorier som vi tror påverkar och har en viktig roll vid första intrycket. Följande kategorier behandlas; handslaget, utseende, ögonkontakt, kroppshållning/kroppsställning och gester. Till varje kategori har vi ett antal frågor som även de relateras till uppsatsen syfte och problemformulering. Nedan följer en resultatpresentation med utgångspunkt i denna kategori.

Kategori 1; Handslaget

Denna kategori berör respondentens upplevelser av hur handslaget påverkar det första intrycket vid en anställningsintervju.

F1: Upplever du att ett handslag kommunicerar hur du är som person?

Vad gäller handslaget så upplever fyra av sex respondenter att ett stadigt handslag till viss del kan kommunicera hur du är som person. Dessa respondenter menar att det till exempel förmedlar självförtroende och en självsäkerhet. Om du inte kan ta i hand ordentligt speglar det en mer tillbakadragen blyg person. En av dessa fyra respondenter menar att det inte behöver överrensstämma med den slutgiltiga bild man får av kandidaten:

”Viktigt, ja. Vågar man ta ett ordentligt handslag, då tror jag också att det avspeglar kanske lite mer av självförtroende att man vågar ta i någon men jag har även varit med om någon reumatiker som inte klarar att ta hårt i hand då får man väga in detta i situationen”.

Resterande två respondenter har aldrig tänkt på i fall ett handslag kommunicerar ut något speciellt angående hur du är som person.

F2: Om du reagerar negativt på handslaget, hur skulle du vilja säga att det påverkar ditt första intryck?

Fyra av sex respondenter låter sig inte påverkas av deras reaktion av ett negativt handslag då det till exempel finns många andra faktorer som spelar roll under en intervju. Två av sex respondenter konstaterar att startsträckan för kandidaten i fråga blir längre då man som rekryterare ängar tid åt att fundera på varför man reagerar negativt, som en av respondenterna uttrycker det:

”Ja om jag reagerar negativt kanske jag sitter och funderar på varför det blev så eftersom de här små detaljerna läggs till en enhet”.

F3: Om du reagerar positivt på handslaget, hur påverkar det ditt första intryck?

Samtliga menar att en positiv reaktion på ett handslag påverkar rekryteraren i en positiv riktning. Hur man anser att det är positivt skiljer sig, men tre av sex respondenters svar kan kopplas samman då de kopplar handslaget till personliga egenskaper såsom bestämdhet, öppenhet och en driftig person. En av dessa tre uttrycker sig enligt följande:

”När en person har ett fast handslag är man bestämd. Det kan tyda på en väldigt driftig person”.

De andra tre respondenterna kopplar handslaget mer till situation såsom att startsträckan förkortas, klimatet blir mer öppet samt att helheten förstärks. Sådär beskriver en av dessa tre respondenter:

”Det blir en helt annan konversation, det blir mer livligt, öppet och det klickar”.

Kategori 2; Utseende

Denna kategori berör respondentens upplevelser kring betydelsen av utseendet vid det första intrycket och dess påverkan vid en anställningsintervju.

F1: *Man får ofta höra att det är viktigt hur man ser ut när man ska på en anställningsintervju. Hur skulle vilja beskriva att man ska se ut vid en anställningsintervju?*

Samtliga av respondenterna konstaterar att vara hel och ren är väldigt viktigt. Samtliga respondenter menar även att det beror på verksamheten, alltså vilken tjänst/bransch man söker till, hur man ska vara klädd. En av respondenterna sammanfattar enligt följande:

”Det är olika, vad det är för tjänst man söker. Man ska absolut inte vara skitig men välklädd för just situationen. Hur man är klädd tycker jag påverkar väldigt mycket”.

Samtliga respondenter menar som sagt att det beror på vilken tjänst man söker, men en av våra respondenter lägger en annan värdering i det:

”Det beror helt på vilken tjänst man sökt, att vara hygienisk är viktigt. Klart det är viktigt men det är inte i kläderna kompetensen sitter”.

F2: *Hur pass stor vikt har utseendet när du bedömer en person?*

Tre av respondenterna menar att utseendet inte har så stor vikt när man bedömer en kandidat, då man menar att det varken gör mer eller mindre när man i slutändan går ut efter kompetens. En av dessa tre konstaterar följande:

”Ett första intryck med illa luktande kläder blir man ihågkommen lättare men sen ska det inte påverka då man går efter kompetens”.

Två respondenter menar att man har varit i kontakt med mycket folk med olika stilar och genom detta fått kännedom om att inte låta sig bedöma kandidaten utifrån utseendet. En av dessa två konstaterar:

”Inom industri påverkar inte utseendet riktigt på samma sätt. Vi har jättemycket folk med olika utseende och stilar. Man får se personen istället”.

Endast en respondent menar att utseendet har stor betydelse vid bedömning.

F3: *Upplever ni att kläder, frisyra, smink, smycken, tatueringar kommunicerar ut vem man är som person?*

Två respondenter menar att dessa attribut kommunicerar ut vem man är som person. De menar till exempel att tatueringar och hur man klär sig förmedlar ett budskap. En av dessa två upplever enligt följande:

”Det kan det göra. Det beror ju på hur tatueringen ser ut, det kan ju ha ett budskap i sig. Klädseln har ofta budskap i sig”.

Två respondenter menar att attribut som tatueringar, piercingar och klädstil är något man noterar men inget som kommunicerar ut något speciellt om kandidaten. Detta eftersom man har varit med om flertalet rekryteringar och stött på många olika stilar. Upplevelsen från en av dessa två:

”Både ja och nej. Vi har intervjuat personer men jättemånga tatueringar och piercingar så nej jag tycker faktiskt inte att vi tänker så mycket på det”.

Två respondenter tycker inte det kommunicerar ut vem man är som person utan vill först se vem som döljer sig bakom till exempel tatueringarna. En av dessa respondenter uttrycker följande:

”Nej, jag tror inte det. Det kan vara någon som ser skittuff ut men kan vara go och mjuk”.

F4: Vad är det första ni uppmärksammar angående utseendet vid en anställningsintervju?

Här skiljer sig samtliga svar från varandra. En respondent uppmärksammar om något avviker. En annan menar att utstrålningen är det man lägger märke till. Vidare tycker en respondent att mimiken är det man först ser medan en annan menar att ögonkontakten är det första man uppmärksammar. Näst sista respondenten är mer intresserad av personen i sig medan den sista uttrycker sig på följande sätt:

”Jag kollar på kläderna, hur man är klädd är det första jag kollar på”.

F5: Det finns även en del av utseendet som är mindre kontrollerbart som längd och vikt. Hur kan dessa faktorer påverka första intrycket, eller gör de det?

Detta konstaterande talar för fyra av våra respondenter då samtliga skulle reagera om något är åt det extrema hållet.

”Det klart att det spelar roll. Är du dvärg eller någon som kommer in och väger nästan 200 kilo klart att jag kommer reagera över det. Jag kommer ju att tänka på verksamhetsaspekterna i första hand”

Resterande två väger in den fysiska statusen som till exempel längd i frågan om hur kandidaten har förmågan att genomföra det arbetet som tjänsten kräver. De menar med

andra ord att om kandidaten är väldigt kort och arbetet kräver lyft från höga hyllor så kan det bli ett problem men det utesluter inte att kandidaten kan genomföra andra sysslor. En av dessa två uttrycker sig enligt följande:

”I vissa fall kan längd och vikt påverka med den anledningen att man kanske inte kan utföra ett specifikt arbete”

Kategori 3; Ögonkontakt

Denna kategori behandlar vad och hur respondenten upplever vikten av ögonkontakt vid ett första intryck och dess påverkan vid en anställningsintervju.

F1: Att ögonkontakt är viktigt för kommunikationen är bevisat. Hur skulle du vilja beskriva vikten av ögonkontakt?

Samtliga respondenter beskriver att ögonkontakten är jätteviktig. Svaren om hur det är viktigt varierar mellan respondenterna. Tre av respondenterna tycker att man ska hitta en balans i det, att inte stirra men heller inte titta ner i golvet. En av dessa tre beskriver enligt följande:

”Det är viktigt men inte hela tiden. När man sitter och snackar med varandra så vill jag inte att man tittar ner hela tiden, sen kräver jag inte att man ska titta varandra i ögonen hela tiden men det ska finnas där, det ska ske naturligt”.

Resterande tre tycker som sagt också att ögonkontakten är viktigt men tillskillnad från ovanstående värderar de den lite olika. En knyter an till helhetsbilden, en annan med kommunikationen och den tredje med ärligheten och självkänslan.

F2: Vad upplever du av en person som har en god ögonkontakt?

Fem av respondenterna upplever att en god ögonkontakt underlättar kommunikationen. I ögonen kan man utläsa en del av kandidatens personlighet men även till exempel om

kandidaten känner sig trygg, stabil och närvarande. En av respondenterna uttrycker det enligt följande:

”Man förmedlar vem man är som person. Visar viljan att få jobbet genom god kommunikation med ögonen, driften och personligheten märker man i ögonen”.

En respondent konstaterar dock att:

”En god ögonkontakt förstärker ju då om jag har fått en helhetsbild som är positiv så förstärker ju den bilden utav det positiva”.

Kategori 4; Kroppshållning/kroppställning

Denna kategori berör vad och hur respondenten upplever från en kandidats kroppshållning/kroppställning vid ett första intryck vid en anställningsintervju.

F1: Vad tycker du kroppställningen kommunicerar?

Samtliga respondenter är eniga om att kroppställningen kommunicerar ut någonting. Alla respondenter menar att den förmedlar någon sorts attityd till situationen om det så är intresse eller ointresse. En respondent hävdar att:

”Ja men det är också mycket av attityd. Det avspeglar mycket utav självbilden också tror jag”.

Tre av dessa sex respondenter tar upp de negativa aspekterna angående attityd i samband med kroppställningen då de menar att en bakåtlutad, lite för avslappnad stil ger ett oengagerat intryck.

”Ja, det är ju svårt men det kan ju finnas någon som nästan ligger i stolen. Det kan jag ju då tycka ser lite lojt, slött ut”.

F2: En persons kroppställning kan sända en mängd olika betydelser. Hur pass stor inverkan har det enligt dina erfarenheter på det första intrycket och hur tolkar ni dem, vad kan det avslöja?

Utifrån respondenternas erfarenhet så menar tre av dem att kroppsspråket kan avslöja huruvida kandidaten är nervös eller inte. En av dessa ger ett klart och tydligt svar utifrån denna ståndpunkt:

”Man kan avslöja om man är nervös på kroppsspråket, det är en sådan där klockrent tydlig grej”.

Medan två av respondenterna menar att man kan läsa av attityden i kandidatens kroppsställning till exempel om man har lite för avslappnad inställning till situationen. Medan en respondent får stå för sig själv då denne menar att:

”Jag försöker inte tänka om vad just kroppsställningen kan avslöja. Jag tror inte jag lägger så mycket vikt på det egentligen”.

Kategori 5; Gester

Denna kategori behandlar upplevelsorna kring vad och hur gesterna påverkar det första intrycket och vad det kan kommunicera.

F1: Gester är nära relaterat till talet och förstärker den verbala kommunikationen. På vilket sätt påverkar gesterna det första intrycket?

Samtliga av våra respondenter konstaterar att gester används för att förstärka något man säger. Endast två av sex respondenter anser att gester inte påverkar det första intrycket eftersom de kopplar gester till kulturen. En av dessa två konstaterar:

”Jag kommer bara tänka på i det här området jag jobbar i nu är det ju så mycket utländska människor och de gestikulerar väldigt mycket och låter jättearga men de är inte arga. Men det påverkar inte, för det är något man har med sig från sin kultur.”

Fyra respondenter anser att gester påverkar det första intrycket då de anser att det är delar utav en helhet. Dessa respondenter har olika syn på gesternas påverkan vid första intrycket, som exempelvis att genom gester kan man utläsa ifall kandidaten är tillbakadragen genom att hålla armarna i kors eller om kandidaten är nervös men även om man är engagerad eller intresserad för tjänsten. En av dessa konstaterar:

”Det påverkar väldigt mycket, om man vill förmedla så hjälper det till. Sitter man och håller armarna i kors förmedlar det att man är tillbakadragen. Använda gester är väldigt bra och påverkar det första intrycket”.

F2: På vilket sätt tycker du att gester kan tala om hur man är som person?

Fem av sex respondenter kopplar de kandidater som använder sig av gester till olika personliga egenskaper, några som nämns är öppenhet, överaktivitet, väldigt energiska och hektiska personer. De hävdar också att det är väldigt positivt att använda sig av gester eftersom det återigen förtydligar det man vill säga. En respondent konstaterar att, de som inte använder sig av gester speglar oftast en blygsamhet, men tillägger att mycket ligger i det kulturella som man måste ta hänsyn till.

”Vissa personer som gestikulerar väldigt mycket kan upplevas väldigt hektiskt. Den svenska kulturen har inte den medan den utländska använder kroppen väldigt mycket. Arbetar man med kroppen på ett bra sätt ger det ett positivt intryck på mig”.

F3: Vad upplever ni att gester kommunicerar?

Här har våra respondenter svarat lite olika på vad de upplever att gester kommunicerar. Det man kan utläsa är gemensamt för fyra av respondenterna är att de konstaterar, med hjälp av kroppen är det lättare att få ut sitt budskap eftersom de tar emot kroppsspråket mer tydligt och att gester är ett språk i sig. En respondent förklarar det närmre:

”Mer öppen tror jag. Ett annat sätt att kommunicera, ytterligare ett sätt att kommunicera kan man säga än den som bara använder munnen. Det kanske är lättare

att få ut sitt budskap när man använder gester eftersom vi tar emot kroppsspråket mer tydligt, eller jag har lättare att läsa av det”.

Två respondenter fastställer att gester kommunicerar en mer öppenhet som människa. En av dessa två respondenter uttrycker sig klart i frågan:

”Jag tror det handlar om att man är mer öppen som människa”.

Analys

Vi har i denna studie gått in med en förförståelse att det första intrycket har en påverkan på utgången för en anställningsintervju. Detta första intryck som kan påverkas av de icke verbala signaler vi tagit fram. Vi upplever att man alltid får ett första intryck oavsett situation när man träffar en person för första gången. Vi har egna erfarenheter kring hur snabb man kan vara på att bedöma en person utifrån väldigt lite information och hur detta då kan bidra till hur man vidare förhåller sig till den personen.

Med vår förförståels har vi velat fånga upplevelsen av de som arbetar med just anställningsintervjuer, rekryterare. Utifrån deras upplevelser kunna beskriva och hitta en gemensam mening kring fenomenet första intrycket genom fyra öppna frågor. Vi har sedan utifrån vår förförståelse tagit fram fem icke verbala kategorier som vi tror är av vikt för hur man vidare förhåller sig till personen i en anställningsintervju. Vi kommer i löpande text presentera det gemensamma utifrån våra respondenters svar samt beskriva respondenternas upplevelser kring första intrycket (kategori 1). Vidare ska vi i tur och ordning beskriva respondenternas upplevelser kring de fem icke verbala signalerna (kategori 2). I vår analys har vi växelvis analyserat utifrån hur respondenterna upplevt fenomenet samt vad de har upplevt. Utifrån detta har vi försökt finna gemensamheter respondenterna emellan.

Första intrycket

Om man ska tolka vad som är gemensamt för respondenterna så är att det första intrycket av vikt vid en anställningsintervju för att det skapar en bild av kandidaten. Respondenterna menar att man ska tänka på att visa intresse, vara verksamhetsklädd och

vara förberedd för att förstärka det positiva och underlätta bedömningen. Om man vill undvika ett dåligt första intryck så tolkar vi utifrån våra respondenter att man inte ska komma försent och vara skitigt klädd vilket har en negativ effekt för kandidaten. Enligt den kognitiva teorin (Nilsson 1996), anses det första intrycket som något väldigt viktigt och har störst inverkan vid exempelvis formella möten som i detta fall, anställningsintervju. Om vi har motsäggande information om en individ tenderar det vi möter först att få störst vikt och det som kommer senare i stort sett ignoreras. Detta styrks inte av respondenterna då samtliga menar att man är öppen för omvärdering oavsett första intryck men ett bra första intryck skapar bättre förutsättningar för kandidaten.

Enligt attributionsteorin (Nilsson, 1996) grundar vi slutsatser på väldigt lite information för att lättare förstå en individs handlingar vid bedömning. I detta fall stämmer inte teorin med våra respondenters upplevda erfarenheter då de har stor erfarenhet och lärt sig att undvika dessa fallgropar. Med andra ord kan våra respondenter undvika att se det första intrycket som fakta och korrekta observationer, man ser det istället som hypoteser vilket attributionsteorin (Nilsson, 1996) menar är svårt. Teorin kan troligen istället appliceras på rekryterare med mindre erfarenhet då våra respondenter menar att det handlar om att medvetandegöra detta och är sådant man lär sig efter hand. Erfarenheten borde således även medföra att man undviker det fundamentala attributionsfelset (Aronsson, m.fl 2007), att man kopplar det man ser till situation istället för person. Sammanfattningsvis kan man konstatera att samtliga respondenter menar att ett första intryck är av vikt men trots erfarenheten kan det, kanske på ett omedvetet plan ha en påverkan. De flesta är dock snabba med att poängtera att man är beredd på att omvärdera. Ibland kan emellertid en omvärdering leda till att man från början faktiskt inte gjort en felaktig bedömning utan det första intrycket förstärks.

Icke verbal kommunikation (signaler)

Utifrån respondenternas svar tolkar vi att en positiv reaktion på **handslaget** ger ett bättre intryck och förstärker helheten. Då våra respondenter menar att ett stadigt handslag kommunicerar en viss självsäkerhet och självförtroende. Enligt våra respondenter speglar ett slappare handslag en mer tillbakadragen och blyg person. Inom arbetslivet konstaterar Hiemstra (1999), att det är viktigt med ett handslag när man vill

göra ett gott intryck. Våra respondenters svar visar tydligt att en positiv reaktion på handslaget förstärker helheten samt att det till en viss del avspeglar hur du är som person. Utifrån Heimstras (1999) studie så styrks respondenternas svar att en kandidat upplevs som mer professionell men att ett slappare handslag inte förmedlar något speciellt intryck. En intressant analys är att endast en av våra respondenter tyckte att ett slapt handslag kunde bero på andra omständigheter än personen. Bara för att man ger ett slapt handslag behöver det inte betyda att personen är lat, eller tillbakadragen utan att man kanske har ont i handen. Attributionsteorin (Nilsson, 1996) menar att vi människor tenderar grunda vår tolkning på så lite information som möjligt och dra generella slutsatser vilket i sin tur kan påverka vidare intervju. Att en kandidat med ett löst handslag är tillbakadragen behöver således inte betyda hela sanningen.

Vad gäller **utseendet** så kan vi finna en gemensamhet att det är av vikt hur man ser ut, närmre bestämt hur man är klädd men det beror även på vilken tjänst/bransch man söker. Enligt Argyles (Fiske, 2000, i Argyle, 1972) konstaterande angående konformitet kan detta kopplas till våra respondenter då de menar att man som kandidat till viss del ska ta hänsyn och anpassa sig efter verksamheten man söker. Vad respondenterna först uppmärksammar angående utseendet varierar. Något som dock är gemensamt för alla är att de skulle reagera på något som är extremt avvikande om det så gäller vikt, längd eller till exempel tatueringar.

Fiske (2000) menar att koder är ett system där tecken organiseras. Han hävdar att dessa system styrs av regler som samhället och dess medlemmar har godkänt och kan där av sägas vara ”kodad”. Utifrån Fiske (2000) kan våra respondenters svar bli tydliga då utseendet är av vikt. Man kan i detta sammanhang prata om ”klädkod” exempelvis i anställningsintervjusituationer är något som på något sätt bestämts av samhället, alltså hur man ska se ut. Respondenterna är oeniga i vad utseendet kommunicerar ut men de är även tydliga med att det inte ska påverka bedömningen. Tatueringar nämns av respondenterna då de menar att de är allt vanligare idag och är inget man uppmärksammar direkt. Även detta kan kopplas till att samhället i stort har en annan acceptans för tatueringar, de är med andra ord ”kodade”. Vi finner en gemensamhet bland våra respondenter att utseendet inte kommunicerar ut hur man är som person men

att de är påverkade av regler som samhällets medlemmar godkänt angående exempelvis kläder.

Tolkar man respondenternas upplevelser av **ögonkontakt** så kan man tydligt finna en gemensamhet att ögonkontakten är jätteviktigt. Svaren skiljer sig respondenterna emellan men att det underlättar kommunikationen kan konstateras utifrån svaren. I teorin menar man att icke verbal kommunikation är en serie av ledtrådar som kodas av avsändaren, antingen medvetet eller omedvetet, och därefter avkodas av mottagaren (Gabbott & Hogg, 2000). När det gäller respondenternas beskrivning av ögonkontaktens vikt så beror effektiviteten i kommunikationen på just hur man kan koda och avkoda signalerna som ges av kandidaten. I den frågan är Gabbott & Hogg (2000) inne på att missuppfattningar kan ske även här, att exempelvis avsaknad av ögonkontakt tolkas som ointresse snarare än förlägenhet och distraktion. När det gäller ögonkontakten behöver respondenterna således även här, enligt teorin väga in bakomliggande orsaker. Respondenterna är inne på samma linje som Fiske (2000) att viktiga aspekter är när, hur ofta och hur länge vi möter andras människors blickar för att det är ett sätt att sända viktiga meddelanden om till exempel hur vi upplever kontakten.

När man tolkar respondenternas svar utifrån en kandidats **kroppsställning/kroppshållning** så finner man en gemensamhet kring attityden, att det förmedlar hur pass intresserad eller ointresserad kandidaten är av situationen. Hur kroppsspråket påverkar första intrycket går svaren isär där alla respondenter har olika uppfattningar. Likt teorin angående kroppshållning (Fiske, 2000 i Argyle, 1972) så menar respondenterna att när det gäller kommunikation så förmedlar detta attityder personer i mellan som alla kan speglas av hållningen. Kroppsställningen kan också förmedla sinnesställning, till exempel nervositet men framförallt spänning eller avslappning vilket respondenterna är inne på. Det som kan vara en risk när man pratar om just attityden är att vi enligt den kognitiva teorin (Nilsson, 1996) har en tendens att i dessa fall grunda våra slutsatser på mindre information, i vår tolkning av andra. Det väljer att tro kan sedan styra relationen och bedömning felaktigt. Man gör detta för att göra andras handlingar begripliga och förutsägbara. I detta fall när det handlar om anställningsintervjuer måste man som rekryterare inte glömma att väga in att en kandidat faktiskt kan vara spänd och nervös då det är ett formellt möte vilket innebär

mer spänning än ett mer vardagligt möte. Man kan koppla respondenternas svar till att kroppshållningen styr relationen i samtalet. Att man till exempel använder dessa koder för att visa när man talat färdigt eller när det är den andres tur (Fiske, 2000). Innebörden av orden ”knäcka” koden får en annan tyngd och är alltså av vikt för en kandidat såväl rekryteraren som ska få samtalet att flyta på och vara intressant. Vikten av kroppsspråkets och påverkan går således isär lite bland respondenterna men positivt kroppsspråk, och slutsatserna kring dessa har betydelse för det sätt man uppfattas på.

Respondenternas upplevelse kring **gester** kan man tolka som något väldigt viktigt då det förstärker det man vill förmedla och samtidigt kan se ifall kandidaten är utåtriktad eller inte. Majoriteten av våra respondenter menar att de kopplar gester till kommunikationen vilket i sin tur också påverkar det första intrycket. Dumbrava & Koronka (2009) menar att den icke verbala kommunikationen, där gester är en av dem, har en central inverkan då rekryteraren i detta fall skall få en uppfattning om kandidaten. Fiske (2000) hävdar att en misslyckad kommunikation inte betraktas som en missuppfattning utan snarare som en kulturell skillnad mellan sändare och mottagare vilket endast ett fåtal av våra respondenter tar upp, det kulturella. Vi har en tendens att ofta bedöma personligheten istället för att väga in situationen, det fundamentala attributionsfelet (Andrew, 2001), då respondenterna är inne på att de kopplar ihop gester med nervositet, vilket man ska vara försiktig då det i själva verket kanske inte har med nervositet att göra utan att man som person gestikulerar mycket. Beroende på olika sociala erfarenheter och kulturella skillnader kodar och avkodar vi olika (Fiske, 2000) vilket man bör ha i åtanke i alla möten.

Diskussion

Det övergripande syftet med denna studie var att beskriva betydelsen av det första intrycket och den icke verbala kommunikationens påverkan under en anställningsintervju. Hur rekryterare själva upplever fenomenet första intrycket samt hur den icke verbala kommunikationen påverkar detta. Utgångspunkten i den här studien var att ur rekryterarens perspektiv fånga och tolka upplevelserna kring fenomenet.

Eftersom forskning visar att mycket som vi upplever om en annan person sker i de första ögonblicken av en interaktion så är det första intrycket svårast att förändra (Dumbrava & Koronka, 2009) Utifrån våra forskningsfrågor, Hur upplever rekryterare det första intrycket vid en anställningsintervju och hur, fem icke verbala signaler påverkar det första intrycket under anställningsintervjun har vi angripit fenomenet. Intresset har legat i att ta reda på hur pass noggranna vi är när man ska bedöma andra människor vid ett första möte. Vi har velat hålla oss till den inledande delen av en anställningsintervju för att fånga betydelsen av det man först ser och tar in men även till viss del under intervjun, då de icke verbala signalerna blir tydligare. Hur pass stor inverkan en kandidats första intryck på en rekryterare. Vad en individ kommunicerar ut genom sitt sätt att se ut och föra sig. Om det har någon betydelse vid bedömning samt i fall den på något sätt kan vara avgörande.

Utifrån Lindelöws konstaterande, ” vid det första mötet med en kandidat riskerar det första intrycket, baserat på ytlig information, spela stor roll för hur rekryteraren förhåller sig till kandidaten” (Lindelöw 2008, s.122) kan man med vår studie fastställa att det stämmer till viss del. Respondenterna upplever att det första intrycket har en påverkan på hur man förhåller sig till kandidaten och att det är av vikt då det skapar bättre förutsättningar. Om en rekryterare å andra sidan får ett dåligt första intryck blir startsträckan längre. Således kan man dra slutsatsen att om kommunikationen flyter på och om en kandidat inte avviker från normen så underlättar det för rekryteraren men även för kandidaten.

Respondenterna var dock snabba med att påpeka att vissa uppfattningar kan ske på ett omedvetet plan men att de inte låter sig påverkas av det i längden. I dessa fall försöker man förhålla sig till kandidatens kompetens. De noterar ett dåligt första intryck, men med erfarenheten som våra respondenter har i bagaget så är de beredda på att omvärdera då man ofta kan ha fel. Här kan man konstatera att med erfarenhet och medvetenhet så går teorin om att man dra för snabba slutsatser om en person grundat på väldigt lite information (Nilsson, 1996) att undvika. Respondenterna menar att ett dåligt första intryck påverkar men med erfarenheten väntar man med att dra slutsatser kring det för tidigt. Istället får det visa sig under intervjuens gång om det första intrycket förstärks eller inte. De icke verbala signalernas roll är att de ingår i en helhetsbild vad gäller

första intrycket. Tar man utseende i form av kläder som alla anser är jätteviktigt så kan man utläsa att dessa icke verbala signaler har en större påverkan än vad de själva vill erkänna. Det vill säga att de säger emot sig själva då de menar att kompetensen styr men att man allt som oftast hänvisar till verksamhetens natur, alltså verksamhetsklädd. Här kan paralleller dras till konformitet då respondentera har som krav att man ska se ut på ett visst sätt och anpassa sig beroende på den tjänst man söker. Mot detta kan kritik riktas då alla människor har olika syn på hur man ska se ut på en viss arbetsplats och på en arbetsintervju.

När någonting avviker utanför normen så tolkar vi att samtliga respondenter menar att det beror på verksamheten om det som avviker är passande eller inte. Exempelvis om någon är väldigt smal och arbetet innefattar väldigt tunga lyft så tar man i det här läget hänsyn till både verksamheten och till kandidatens bästa.

Med detta som bakgrund och exempelvis attributionsteorin (Nilsson, 1996) som menar att ett problem är att man ser attributioner som fakta och som korrekta observationer istället för hypoteser så blir vår tolkning att det stämmer till viss del då våra respondenter dagligen arbetar med att anställa folk och har med erfarenheten lärt sig att just se det som hypoteser. Våra respondenter tycker ändå att ett första intryck är av vikt då det första intrycket och de icke verbala signalerna ändå har en påverkan för vidare bedömning. Respondenterna menar att det omedvetna kan skapa uppfattningar men även att ett dåligt första intryck förlänger startsträckan för kandidaten.

Kort och koncist så kan man sammanfatta att respondenterna påverkas men att det inte behöver betyda att det avgör eftersom det är ett helhetsintryck man bedömer. Vi kan konstatera att våra respondenter upplever att det man först ser är det man är ”inkodad” att se. Man kan uppleva att respondenterna till viss del på ett omedvetet plan styrs av vissa regler som samhället kommit överrens om. Det en kandidat kommunicerar ut vid ett första möte är med andra ord ganska viktigt men vi tror att det kan ha större påverkan i ett mer vardagligt möte där attributioner ses som fakta för att man snabbt vill skapa en trygghet eller säkerhet. Medan under en situation som en anställningsintervju befinner sig rekryteraren i en sådan sits där man måste anstränga sig mer i en bedömning och därför kanske man undviker fallgroparna.

Att ge ett bra första intryck på anställningsintervjun är alltså viktigt när man söker en tjänst på så sätt att man underlättar bedömningen för rekryteraren och du får en bättre startsträcka. Handslaget, utseende, ögonkontakt, kroppshållning och gester är betydande men inte avgörande och kan sätta tonen för vidare relation och bedömning under anställningsintervjun. Hur stor vikt det har beror dels på erfarenheten hos rekryteraren men även beroende på vilken tjänst man söker. Huruvida vår studie har tillfört något skulle vara att respondenterna själva funnit det intressant, att dels lyfta fram dessa bitar då de är aktuella men även göra sig själva medvetna om var man står i de olika frågorna. Vi upplever att respondenterna inte har reflekterat över alla bitar tidigare under karriären utan att vår studie väckt nya tankar och funderingar.

Största styrkan med arbetet är att det vi velat tolka och beskriva har kunnat appliceras i teorin. Med andra ord har våra frågor mätt det de avsett att mäta, första intryckets påverkan och vikt. Vi upplever att vår studie går att replikera så länge de man intervjuar har en stor erfarenhet av rekrytering. En annan styrka är att vi fått möjlighet att utföra våra intervjuer i respondenternas livsvärld, alltså där de genomför sina anställningsintervjuer och därmed fått svaren från den miljö de är vana att verka i samt är trygga i. Respondenterna var även positiva till studien och upplevdes väldigt ärliga och gav oss som forskare bekräftelse att ämnet var intressant. Respondenterna poängterade efter intervjuerna att de gärna tar del av det färdiga resultatet eftersom de ansåg att ämnet var viktigt, lärorikt och kanske till hjälp.

Vad gäller svagheter så tror vi att vår närvaro under intervjuerna kan ha en påverkan på intervjusituationen dels för att vi varit två mot en ensam respondent samt att vi som forskare har två olika kulturella bakgrunder. Vi tror heller inte att vår studie kan representera alla länder då vi upplever våra frågor som kulturbundna där svaren beror på normer och värderingar. Man kan även vara kritisk till att sex respondenter kan vara för få till antalet för att vara representativt för hela populationen som har erfarenhet av anställningsintervjuer. En annan svaghet är att fenomenologin står för att tolka upplevelser och hitta essensen, en gemensam kärna, kan vara att svar som en respondent ger och är intressanta inte har någon egentlig relevans för vår studie. En annan svaghet utifrån fenomenologin är att vi som forskare har olika kulturella bakgrunder då vi genom detta kan tolka olika.

Om man ska presentera förslag till framtida forskning så tycker vi att man skulle kunna genomföra liknande studie men utifrån en kvantitativ metod. Detta för att undvika den påverkan som sker i en interaktion mellan två eller flera individer. En enkät där respondenten själv utan social påverkan får svara på liknande frågor. Det skulle vara intressant att följa resultatet av en sådan studie. Ett annat förslag till framtida forskning kan vara att jämföra de båda branscherna och urskilja om något skiljer dem åt i frågan.

Källförteckning

Litteratur

- Aronson, E., Wilson, D. T. & Akert, M. R (2007) *Social Psychology*. (6:e uppl) New Jersey: Prentice Hall.
- Bryman, A. (2001) *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB
- Creswell, J.W. (2007). *Qualitative inquiry & re-search design. Choosing among five approaches*. (2nd ed) London: Sage Publications Ltd
- Fiske, J. (2000) *Kommunikationsteorier– En introduktion*. Borås: Centraltryckeriet AB
- Hinton, R. Perry. (2003) *Stereotyper, kognition och kultur*. Lund: Studentlitteratur
- Lindelöw, M. (2008) *Kompetensbaserad personalstrategi*. Stockholm: Natur och kultur
- Nationalencyklopedin* (andra bandet) (1990) Höganäs: Bokförlaget Bra Böcker AB.
- Nationalencyklopedin* (elfte bandet) (1993) Höganäs: Bokförlaget Bra Böcker AB.
- Nationalencyklopedin* (sextonde bandet) (1995) Höganäs: Bokförlaget Bra Böcker AB.
- Nilsson, B. (1996) *Socialpsykologi*. Lund: Studentlitteratur

Artiklar

- Andrews, W. P (2001) The psychology of social chess and the evolution of attribution mechanisms: explaining the fundamental attribution error. *Evolution and Human Behavior* 22. 11-29.
- Canan, P, Z. (2009) The importance of non-verbal communication in classroom management. *Procedia social and behavioral sciences*, 1, 1443-1449.

Dumbravă, G. & Koronka, A. (2009) “Actions speak louder than words” –Body language in business communication. *Annals of the University of Petrosani : Economics*, Vol. 9(3), 249-254.

Gabbott, M. & Gillian, H. (2000) An empirical investigation of the impact of non-verbal communication on service evaluation. *European Journal of Marketing*, Vol. 34 No. 3/4, pp. 384-398.

Greenlees, I., Bradley, A., Holder, T. & Thelwell, R. (2005) The impact of opponents’ non-verbal behaviour on the first impressions and outcome expectations of table-tennis players. *Psychology of Sport & Exercise* 6 .103–115.

Heimstra, K.M. (1999) Shake my hand: Making the right first impression in business with nonverbal communications. *Business communication Quarterly*, 62(4), 71-74.

Bilaga 1. Intervjuguide: Betydelsen av det första intrycket och den icke verbala kommunikationens påverkan under en anställningsintervju

Namn: (publiceras ej i rapporten)

Ålder: (publiceras ej i rapporten)

Företag/organisation: (publiceras ej i rapporten)

Bransch

Uppskattningsvis, hur många rekryteringar/anställningsintervjuer har ni genomfört?

Tema 1/Första intrycket

Kategori 1: fenomenologisk grundansats

F1. Vad innebär första intrycket för dig?

F2. Vad tycker ni att man ska tänka på för att ge ett bra första intryck?

F3. Hur skulle ni, utifrån egna erfarenheter, vilja beskriva ett BRA första intryck kontra ett DÅLIGT?

F4. Hur skulle ni vilja beskriva hur det första intrycket påverkar din bedömning vid en anställningsintervju?

Vi har tagit fram 5 olika faktorer som vi tror spelar roll när man får ett första intryck, vid en situation som en anställningsintervju.

Tema 2/ Ickeverbala signaler

Kategori 1

Handslag

F1. Upplever du att ett handslag kommunicerar hur du är som person?

F2. Om du reagerar negativt på handslaget, hur skulle du vilja säga att det påverkar ditt första intryck?

F3. Om du reagerar positivt på handslaget, hur påverkar det ditt första intryck?

Kategori 2

Utseende

F1. Man får ofta höra att det är viktigt hur man ser ut när man ska på en anställningsintervju. Hur skulle ni vilja beskriva att man ska se ut vid en anställningsintervju?

F2. Hur pass stor vikt har utseendet när ni bedömer en person?

F3. Upplever ni att kläder, frisyr, smink, smycken, tatueringar kommunicerar ut vem man är som person?

F4. Vad är det första ni uppmärksammar angående utseendet vid en anställningsintervju?

F5. Det finns även en del av utseendet som är mindre kontrollerbart som längd och vikt. Hur kan dessa faktorer påverka första intrycket eller gör de det?

Kategori 3

Ögonkontakt

F1. Att ögonkontakt är viktigt för kommunikationen är bevisat. Hur skulle du vilja beskriva vikten av ögonkontakt?

F2. Vad upplever ni av en person som har en god ögonkontakt?

Kategori 4

Kroppshållning/kroppsställning

F1. Vad tycker ni kroppsställningen kommunicerar?

F2. En persons kroppsställning kan sända en mängd olika betydelser. Hur pass stor inverkan har det enligt dina erfarenheter på det första intrycket och hur tolkar ni dem, vad kan det avslöja?

Kategori 5

Gester

F1. Gester är nära relaterat till talet och förstärker den verbala kommunikationen. På vilket sätt påverkar gesterna det första intrycket?

F2. På vilket sätt tycker ni att gester kan tala om hur man är som person?

F3. Vad upplever ni att gester kommunicerar?