



När kunden inte ser

En sociologisk studie om tågpersonals emotionella arbete

When the customer isn't looking

A sociological study of Emotional labor of train conductors

Pernilla Andersson

Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap

Samhällsanalytiker med inriktning organisering

Examensarbete, 15hp

Handledare: Gerd Lindgren

Examinator: Anna-Lena Haraldsson

Datum: 9 juni 2017

Löpnummer

Sammanfattning

Intresset för emotionellt arbete har ökat i linje med att normer om att servicepersonal alltid skall vara trevlig och glad har ökat. Forskare på området har uppvisat såväl negativa konsekvenser i form av utbrändhet som positiva i form av en ökad förståelse för andra människor. Syftet med den här undersökningen var att skapa en förståelse för hur ett antal tågvärdar upplever sitt arbete i förhållande till de känslor, roller och relationer som omger dem. Undersökningen bygger på fyra kvalitativa intervjuer som analyserats med hjälp av emotions- och interaktionsinriktade teorier. Resultatet visar bland annat att användandet av känslor är centralt i yrket och intervju-personerna för undersökningen upplever sig spela en roll i arbetet vilken de anpassar efter kundens förväntningar. Dessa förväntningar kan ibland krocka med yrkesrollen där vikten av att värna om de egna känslorna samt att bli respekterad väger mer än anpassningen efter kundens förväntningar. Här visar det sig finnas olika strategier, öppna och dolda, att förhålla sig till vilka går ut på att på olika sätt markera kundens beteende för denne. Resultatet visar också hur möjligheten till att få ventilerat besvärliga kundmöten med kollegorna är en viktig faktor när det gäller att förhålla sig till det emotionella arbetet. Sammantaget finns det således utrymme att påverka det emotionella arbetet vilket visat sig vara fördelaktigt för trivseln.

Nyckelord: Emotioner, förväntningar, roller, kundmöten, resenärsnorm, strategier, regioner, interaktionsritualer.

Abstract

The interest in emotional labor has increased due to the development of norms that service workers always should be nice and fond have increased. Research in this area exhibit both negative consequences in form of burnouts and positive in form of an increased understanding in other people. The aim of the study was to create an understanding of how a couple of train conductors experience their work in relation to the feelings, roles and relationships that surround them. The study is based on four qualitative interviews that have been analysed with emotion and interaction oriented theories. The results show that the use of emotions was common in the profession and the respondents of the study claim to act a role which they adapt to the customers' expectations. These expectations can sometimes end up in a conflict between the professional role and the private role where the own feelings and respect weights more than the adaption to the customers' expectations. The respondents in the study were found to have created different strategies, open and hidden, that can be used in order to get the customer to be notified of their behavior as well as it works to manage the emotional labor. The results also show how the colleagues and the opportunity to go away and discuss difficult customer meetings are important factors when it comes to relate to the emotional labor. Overall, there is room to affect the emotional labor which also been proven to be beneficial for the job satisfaction.

Keywords: Emotions, expectations, roles, customer meetings, traveler norm, strategies, regions, interaction rituals

Innehållsförteckning

1 Inledning.....	1
1.1 Syfte och frågeställningar.....	2
1.2 Disposition.....	2
2 Tidigare forskning	3
2.1 Presentation av texterna.....	3
2.2 Olika typer av kunder	3
2.3 Förhållningssätt och förklaringar till de besvärliga kunderna.....	4
2.4 Sammanfattning.....	5
3 Teoretisk referensram.....	5
3.1 Arlie Russel Hochschild och emotionellt arbete	8
3.2 Erving Goffman och det dramaturgiska perspektivet.....	6
3.3 Randall Collins Interaktionsritualer	7
3.4 Sammanfattning och motivation till val av teoretisk referensram	9
4 Metod	10
4.1 Val av metod	10
4.2 Avgränsningar	11
4.3 Tillvägagångssätt.....	11
4.4 Urval	12
4.5 Intervjuguide	12
4.6 Materialinsamling.....	13
4.7 Kodning	14
4.8 Förförståelse	15
4.9 Etiska överväganden.....	15
4.10 Undersökningens trovärdighet	17
4.10.1 Generaliserbarhet.....	18
5 Resultat och analys.....	19
5.1 Presentation av undersökningens intervjupersoner	19
5.2 Framträdandet.....	19
5.2.1 Bakom kulisserna	21
5.3 Vad innebär rollen	24
5.4 Resenärsnormen	26
5.4.1 När resenärsnormen bryts.....	26
5.4.2 Öppna strategier	27
5.4.3 Dolda strategier	28
5.4.4 Strategier som förhållningssätt till det emotionella arbetet.....	32
6 Sammanfattning och slutdiskussion	34
6.1 Metoddiskussion.....	35
6.2 Framtida forskning	36
7 Referenslista	37
8 Bilagor	39
8.1 Intervjuguide	39

1 Inledning

Bengt Ove Gustavsson (1998:1f) skriver om en samhällsförändring som skett i västvärlden, och inte minst i Sverige. Hur vi går ifrån att vara ett industrisamhälle till att bli ett allt mer tjänsteinriktat samhälle. I takt med detta ökar andelen sysselsatta inom tjänstesektorn, där servicebranschen är en del, vilket följs av att allt fler idag arbetar med kundkontakt. Efter Arlie Russel Hochschild år 1975 publicerade sina inledande analyser om känsloregler och senare myntade begreppet emotionellt arbete har intresset inom området ökat. Frågan Hochschild (2003:186ff) ställer sig är vad som händer med människor då regler om vad som skall kännas och hur detta skall uttryckas bestäms av arbetsgivaren. Vad händer med en person som arbetar med att bemöta kunder med ett leende varje dag och dennes känslor då rättigheterna att bli bemött med respekt och vänlighet inte ser likadana ut som för kunden? Vad leder det till i förlängningen om den känsla som visas utåt inte står i harmoni med det man känner?

Mot bakgrund av ovan har jag valt att undersöka hur servicepersonal i form av tågvärdar påverkas av och hanterar de känslor som omger dem i sitt dagliga arbete. Jag har själv erfarenhet inom området och vet vilka starka känslor kunder kan uppvisa i olika situationer där man som anställd inte förväntas tappa humöret. Av egen erfarenhet har jag därför sett att det inom området sker en kontinuerlig hantering av såväl egna som kunders känslor.

Som nämnt finns ett stort intresse för att studera emotionellt arbete i servicebranschen och flertalet studier har gjorts inom exempelvis sjukvården (Olsson 2008), läraryrket (Hobbins & Holth 2008) och bland handelspersonal (Huzell & Lundberg 2010). Men tågvärdyrket tycks vara ett relativt okänt område varför jag finner det extra intressant. Vad innebär det för tågvärdarna att dagligen utföra emotionellt arbete? Hur gör de för att distansera sina egna känslor om de inte överensstämmer med de känslor som förväntas visas?

En definition av begreppet emotionellt arbete kommer i samband med genomgången för undersökningens teoretiska referensram. Men jag vill passa på att tydliggöra hur begreppen emotion och känsla är synonymt med varandra där den enda skillnaden är att emotion är det som visas utåt genom uttryck medan en känsla är ett intryck och en upplevelse som individen upplever själv, inom sig (Wettergren 2013:16).

1.1 Syfte och frågeställningar

Det övergripande syftet med undersökningen är att skapa en förståelse för hur ett antal tågvärddar upplever sitt arbete i förhållande till de känslor, roller och relationer som omger dem. Jag har därför intervjuat fyra stycken tågvärddar om deras upplevelser där jag utifrån en explorativ ansats med en emotionsteoretisk och interaktionistisk referensram kommer att försöka besvara detta.

Utgångspunkten för att besvara syftet är genom följande frågeställningar:

- Vilka förväntningar upplever man sig ha från kunder och hur förhåller man sig till dem?
- Hur förhåller man sig till det emotionella arbetet?
- Vilken betydelse tillskrivs kollegorna?

1.2 Disposition

Denna inledande del följs av en genomgång av tidigare forskning på ämnet emotioner i arbetet vilka är relevanta för den här undersökningen. I del tre presenteras de teoretiska utgångspunkter som ligger till grund för undersökningen. Detta följs av del fyra där val av metod kommer behandlas samt varför jag anser denna metod som bäst lämpad. Därefter, i del fem, kommer en presentation av undersökningens resultat och analys. Avslutningsvis i del sex sammanfattas resultatet där jag också gör en slutdiskussion kring intressanta aspekter som dykt upp under arbetet samt en diskussion kring det metodologiska tillvägagångssättet liksom att jag kommer ge förslag till framtida forskning.

2 Tidigare forskning

I följande del redovisas för tidigare forskning. De undersökningar som kommer presenteras nedan har gemensamt att de är utförda på branscher där det emotionella arbetet sker ansikte mot ansikte. Under analysen fann jag bland annat strategier för att förhålla sig till otrevliga kunder som centralt och har därför försökt belysa tidigare forskning kring temat besvärliga kunder.

2.1 Presentation av texterna

De texter som kommer att ligga till grund i följande del är *säljande samspel- en sociologisk studie av privat servicearbete* (2000) av Kristina Abiala och *Besvärliga kundbeteenden* (2010) av Vesa Leppänen och Ann-Marie Sellerberg. Den förstnämnda texten är en doktorsavhandling där Abiala undersöker servicemötet mellan kund, serviceanställd och företag. Undersökningen är en kombination av kvalitativ och kvantitativ metod där yrkesgrupper som bland annat säljare och affärsbiträden, reseguider, frisörer och restaurangpersonal ingår (Abiala 2000:34). Den senare texten är en forskningsrapport som är en del i ett större forskningsprojekt, *handelns frontpersoner*, där det sociala samspelet mellan anställda och kunder vid en livsmedelsbutik, två bensinstationer samt en elektronikbutik undersökts. Denna undersökning är en kombination av kvalitativa intervjuer med anställda och chefer samt deltagande observation av möten mellan anställda och kunder (Leppänen & Sellerberg 2010:11f).

2.2 Olika typer av kunder

Abiala (2000:115) menar att serviceanställda beskriver sina kunder blanda annat efter en åldersindelning där äldre och yngre hanteras olika. De har också så kallade favoritkunder vilka är en kategori av kunder som betar sig på ett allmänt positivt sätt och underlättar deras arbete. Dessa kan också på ett tydligt sätt visa sin tacksamhet, genom att exempelvis skicka tackkort, vilket är något som stannar kvar som positiva minnen (a.a.:116). Favoritkundernas motsats är de besvärliga kunderna vilka utmanar servicearbetarnas tålamod och förmåga att bemöta dem utan att låta den egna irritationen komma till uttryck. Dessa kunder kan vara allt ifrån elaka och arroganta till berusade gäster på krogen eller sådana som stjälar. Här beskrivs det som en serger att lyckas vända en sådan kund (a.a.:116f).

Leppänen och Sellerberg (2010:65) fokuserar på just dessa besvärliga kunder och menar att beteendet beror på att kunden bryter mot vissa normer. Vissa bryter mot normer om vardaglig social interaktion. Detta genom att exempelvis nonchalera de anställda i form av att inte låtsas

se dem. Andra bryter mot normer om vad som är ett korrekt beteende i en butik eller normer gällande social interaktion mellan personal och kunder. De kan exempelvis tränga sig i kön eller ineffektivisera de anställdas arbete genom att medvetet ställa varors streckkoder åt fel håll (a.a.:65f). Andra kunder uttrycker bristande tillit till de anställdas hederlighet och kompetens medan somliga upplevs som direkt okunniga (a.a.:66) Vidare uttrycker vissa kunder olika negativa känslor såsom surhet, irritation eller aggression emot de anställda och på så sätt upplevs som besvärliga (a.a.:67).

2.3 Förhållningssätt och förklaringar till de besvärliga kunderna

Då Abiala (2000:88) behandlar besvärliga kundmöten fokuserar hon på de anställdas välmående och menar att den fysiska miljön har en betydelse för servicemötet. Hon betonar där vikten av att det finns ett särskilt utrymme där de anställda får en chans att exempelvis vila, leva ut sina känslor efter jobbiga kundmöten eller få arbetskamraternas stöd. 75 % (653 av 871) av de tillfrågade på enkätundersökningen uppgav att de har tillgång till ett sådant utrymme. Bland de servicearbetare som saknar ett särskilt utrymme beskrivs stämningen på arbetsplatsen som rå och tuff varpå Abiala (a.a.:88) menar att ett sådant utrymme behövs för att stärka och bevara arbetsteamets moral. Mot bakgrund av att de besvärliga kundmötena som servicepersonal handskas med varje dag ökar så ökar också behovet av ett särskilt utrymme att få gå undan till för att ventilera sina känslor. Abiala (a.a.:88) ställer sig därför frågan om bristen på ett sådant utrymme innebär en arbetsrisk.

Leppänen och Sellerberg (2010:67f) fokuserar istället på att förklara det besvärliga kundbeteendets förekomst i relation till arbetsorganisatoriska anledningar. Besvär med kunder kan exempelvis uppstå till följd av att elektronisk utrustning inte fungerar, såsom att kontakten mellan kortläsaren och banken är långsam och framkallar ilska och irritation hos kunden. I andra fall uppstår besvärligheter till följd av motsägelsefull eller otydlig information till såväl de anställda som till kunderna. En allmän regel om att kunden vid byte eller reklamation av varor skall uppvisa kvitto kan också leda till problem. Detta genom att de anställda, när de upplever det befogat, kan göra undantag vilket kunderna är medvetna om och kan utöva påtryckningar. Även rådande normer om att servicepersonal skall vara trevlig är en bidragande faktor till besvärligheter. Detta genom att normerna kan bidra till förväntningar om att de anställda inte skall säga emot utan ta emot om kunder är otrevliga. De menar också att det förekommer att chefen tar kundens parti vid konflikter mellan anställd och kund.

Abiala (2000:117f) förklarar fenomenet med besvärliga kunder som ett storstadsfenomen då 17 % av servicemedarbetarna i storstäder (Stockholm, Göteborg eller Malmö) bemöter dem

varje dag medan 6 % gör det i mindre orter (<10 000 invånare). Vilket förklaras som att människor i mindre orter i allmänhet känner varandra bättre vilket påverkar hur de beter sig mot varandra. Vidare visar Abiala (a.a.:134f) på positiva och negativa erfarenheter med det emotionella arbetet. Det positiva med yrket är att en förståelse för andra människor utvecklas vilket leder till att de kan bemöta dem på ett bättre sätt. En negativ konsekvens är att det kan leda till en social överansträngning där den ständiga interaktionen med människor kan göra att man på fritiden vill isolera sig från andra människor.

2.4 Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan det emotionella arbetet i vissa situationer förstås vara krävande. Texterna ovan belyser fenomenet med besvärliga kunder som ibland kan spela på normen om att servicemedarbetaren alltid skall vara trevlig vilket ges olika förklaringar. Detta är relevant för den här undersökningen med hänsyn till syftet om att skapa en förståelse för hur ett antal tågvärdar upplever sitt arbete i förhållande till de känslor, roller och relationer som omger dem. Undersökningen kommer till stor del fokusera på besvärliga kundmöten och hur intervjupersonerna agerar i dessa möten för att på olika sätt påverka det emotionella arbetet varpå texterna ovan bidrar till att sätta undersökningen i kontexten emotionellt arbete på ett adekvat sätt. Delar av texterna kommer också användas i undersökningens resultat- och analysdel för en djupare beskrivning, såsom exempelvis behovet av att få gå undan och ventilera kundmöten med kollegorna vilket kommer beskrivas som en strategi för att hantera det emotionella arbetet.

3 Teoretisk referensram

I följande del redovisas de teoretiska resonemang och tillhörande begrepp vilka kommer användas som utgångspunkt för analys av undersökningens empiriska material. Inledningsvis kommer en redogörelse av valda delar ur Erving Goffmans dramaturgiska perspektiv vilket följs av en genomgång av Randall Collins tankar om interaktionsritualer. Därefter kommer en definition av Hochschilds resonemang kring emotionellt arbete med tillhörande begrepp. Avslutningsvis sammanfattas detta och diskuteras i relation till undersökningens syfte.

3.1 Erving Goffman och det dramaturgiska perspektivet

Goffman (2014) liknar samhället och det sociala livet med en lång teaterscen där han, utifrån en sociologisk ansats, använder begrepp hämtade från teatervärlden för att förklara sociala situationer. Han likar interaktion, eller direkt interaktion, med ett möte vilket han beskriver som:

”... Individernas ömsesidiga inflytande på varandras handlingar och sätt att fungera när de befinner sig i varandras omedelbara fysiska närvaro. En interaktion kan definieras som all den interaktion som förekommer vid ett givet tillfälle när så eller så många individer befinner sig i varandras omedelbara närvaro.” (Goffman 2014:23)

I dessa möten mellan människor spelar människor olika roller, roller som i sammanhanget kan förstås som ett framträdande för en publik. Detta framträdande innefattar alla de handlingar som uppvisas för att påverka de närvarande där vi mer eller mindre medvetet tänker på vilka intryck som görs på andra vilket vi också vill skall upplevas trovärdigt från publiken (Persson 2012:86, Goffman 2014:25). Människor lever sig in i sina roller till olika hög grad och tror således på sina framträdanden olika mycket. Här skiljer Goffman (2014:25f) på den uppriktige respektive den cyniske rollspelaren vilka är varandras motpoler. Den uppriktige rollspelaren kan ses lura sig själv genom sitt framträdande och vara helt övertygad om att dennes agerande faktiskt är äkta medan den cyniske rollspelaren är mer distanserad till sin roll. Den senare upplever också större frihet att styra publikens uppfattningar till följd av vad denne anser vara för situationen bäst just eftersom denne är medveten om sin distansering till rollen.

Till framträdandet hör också en personlig fasad som innebär exempelvis talmönster, ansiktsuttryck, gester, kläder eller liknande detaljer som hör samman med personen själv. Vissa egenskaper såsom ansiktsuttryck kan variera från situation till situation eller från kund till kund. Goffman (a.a.:30) delar upp den personliga fasaden i uppträdande och mané vilka samverkar

och bör överensstämma med varandra. Han menar att det förstnämnda hör samman med det stimuli som informerar oss om en persons sociala status såsom att en uniform kan signalera kompetens och att personen bakom är en som kan sin sak. Det senare innebär istället det stimuli som för ögonblicket informerar oss om vilken roll i interaktionen som personen räknar med att spela, såsom ett leende kan signalera vänlighet eller ett bestämt uttryck kan signalera pondus.

För att förklara det sociala samspelet genom teatermetaforer gör Goffman vidare en distinktion mellan vad som sker på scen respektive bakom kulisserna, vilket han benämner som främre och bakre regioner. En region menar han är "... vilket ställe som helst som till en viss grad är avgränsad av perceptions- eller varseblivningsbarriärer" (Goffman 2014:97).

Den främre regionen refererar till den plats där framträdandet äger rum där den som framträder på olika sätt försöker ge intryck av att denne förkroppsligar och upprätthåller vissa normer kopplade till sin roll (a.a.:97f). Den bakre regionen, bakom kulisserna, är ett ställe som är i anknytning till framträdandet men där publiken inte har tillträde. Bakom kulisserna finns det möjlighet att lägga av sig sin fasad och gå ur sin roll för att sinsemellan prata på ett mer avslappnat sätt som för publiken skulle kunna uppfattas som stötande. Här kan också framträdandet pratas igenom där nya ges en chans att be de mer etablerade om tips och råd för hur de skall bete sig i den främre regionen. Att den bakre regionen är stäng för publiken har en stor betydelse för aktörerna genom att de på så sätt kan skapa sig en buffert mellan sig själva och de krav som de har runt omkring sig (a.a.:101ff).

3.2 Randall Collins Interaktionsritualer

Collins (2004:48) menar att det runt om i samhället finns vardagliga situationer och sammanhang som kan liknas med vad han benämner som interaktionsritualer. Detta är tillfällen då en grupp människor i samspel med varandra skapar känslor av tillhörighet samt ger varandra energi. Tillfällena kan vara såväl stora, i form av exempelvis möten mellan politiska partier, eller mindre, såsom ett möte mellan en hejarklack vid ett idrottsevenemang. För att en situation skall ses som ett interaktionsritual bör den innehålla fyra komponenter för att kunna ses som lyckad, vilka är: 1) Den måste bestå av minst två personer som befinner sig på samma plats för att kunna påverka varandra med sin kroppsliga närvaro; 2) Det måste finnas en gräns i förhållande till utomstående för att de som deltar skall få en känsla av vem som deltar och inte; 3) Deltagarnas uppmärksamhet måste vara fokuserad på ett gemensamt objekt eller en aktivitet. En delad fokusering leder till en medvetenhet om varandras uppmärksamhetsfokus och kan

uppstå av att exempelvis samma handlingar eller gester utförs; 4) De som deltar måste dela en gemensam upplevelse eller sinnesstämning (a.a.:48).

Lyckade interaktionsritualer innehåller, som nämnt, samtliga komponenter och kan leda till bland annat en känsla av gruppmedlemskap eller gruppsolidaritet. Det kan också leda till att deltagarna får så kallad emotionell energi vilket innebär en form av upprymdhet och känslor av tillit, entusiasm och styrka vilket kan leda till att starka band knyts inom gruppen (a.a.:49).

3.3 Arlie Russel Hochschild och emotionellt arbete

Hochschild (2003:7) menar att ett emotionellt arbete är "... the management of feeling to create a publicly observable facial and bodily display; emotional labor is sold for a wage and therefore has an exchange value". Hon menar att det för personer inom serviceyrken ingår som arbetsuppgift att visa vissa känslor och att de utvecklar professionella känslouttryck, som exempelvis serviceleendet hos en flygvärdinna eller förståelse hos en läkare. Vidare ingår en produktion av ett visst känslouttryck till förmån för att uppfattas på ett visst sätt och på så sätt försätta andra i ett visst känslotillstånd vilket gör att emotionellt arbete skiljer sig från andra emotionella uttryck i arbetet. Här används begreppet känsloregler vilket är normer som styr vilka känslor som skall upplevas och visas i olika situationer (a.a.:57). För att ett arbete skall kunna betecknas som emotionellt arbete så definieras begreppet efter tre kriterier: 1) Personalen måste ha en ansikte-mot-ansikte eller röst-mot-röst kontakt med kunderna; 2) Det ingår i den anställdes arbetsuppgifter att skapa ett emotionellt tillstånd hos såväl kunden som sig själv; 3) Arbetsgivaren skall genom träning och övervakning utöva en kontroll över de anställdas emotionella arbete (a.a.:147).

Hochschild (a.a.:37ff) menar att det finns två förhållningssätt inom serviceyrken att visa känslor på. Det första uttrycket är ytligt emotionellt agerande (surface acting) som sker då känslouttryck försöker förändras genom att exempelvis dra på mungiporna för att visa ett leende. Detta innebär att den känslan som uppvisas inte överensstämmer med den känsla som finns inombords. Det andra uttrycket är djupt emotionellt agerande (deep acting) och sker då personen försöker styra sin kropp till ett annat känsloläge och på så sätt skapa en emotionell upplevelse så att det som visas utåt överensstämmer med det som upplevs. Detta genom att exempelvis försöka framkalla en känsla eller genom att försöka bortse från en (a.a.:43).

Inom emotionellt arbete menar Hochschild (1990, refererad i Stets & Turner 2007:125) att det finns tre tekniker för att förändra en känsla vilka är: cognitive, bodily och expressive. Att förändra en känsla kognitivt (cognitive) innebär att personen försöker skapa en upplevelse med hjälp av idéer, tankar eller bilder. När en person arbetar kroppsligt (bodily) så försöker denne

att påverka upplevelsen genom att styra sitt kroppsspråk, om personen i fråga exempelvis är arg så kan denne försöka andas sakta för att lugna ner sig. Det sista sättet att arbeta med sina känslor på är att arbeta expressivt (expressive) då gester kan användas för att påvisa en känsla, exempelvis genom att hytta med näven för att visa att man är arg, ilskan kan på så sätt förstärkas och förkroppsligas genom denna gest.

Hochschild (2003:187) menar att det finns tre olika förhållningssätt för vilka personer som arbetar med emotionellt arbete kan anta i förhållande till sitt arbete där alla genererar konsekvenser av olika slag. Det första innebär att personen helhjärtat identifierar sig med sin yrkesroll. Den privata rollen och yrkesrollen flyter samman vilket kan leda till allvarlig negativ stress eller utbrändhet. Det andra förhållningssättet innebär att personen skapar en tydlig linje mellan yrkesrollen och sin privata roll. Denna distansering skyddar den privata rollen och minimerar risken för utbrändhet, samtidigt kan detta skapa en känsla av distans och personen uppfattar arbetet som att det bara är ett skådespel där denne inte levererar en ärlig bild av sig själv. Det tredje förhållningssättet innebär en särskiljning mellan den privata rollen och yrkesrollen, där personen inte känner något dåligt samvete över det utan har en positiv inställning till arbetets skådespelarkrav. Men även inom denna grupp finns en risk för överansträngning till följd av arbetet med att hålla isär dessa två roller. Det kan också leda till att personen blir främmande för sig själv och blir cynisk mot de hen förväntas hjälpa. Förhållningssätt ett är potentiellt sett mer skadlig än de övriga, men skadan i samtliga förhållningssätt kan minskas om de anställda upplever en hög grad av kontroll över villkoren för att uttrycka känslor i arbetet. Som Hochschild (a.a.:189) förklarar det: desto mindre möjligheter den enskilde har när det gäller att påverka arbetet, desto större risk för att personen endera överanstränger sig och blir utbränd eller mentalt avlägsnar sig från sitt arbete och mår dåligt av den anledningen.

3.4 Sammanfattning och motivation till val av teoretisk referensram

Sammanfattningsvis fokuserar Goffman på den sociala interaktionens kontext, Collins på det sociala samspelet medan Hochschild fokuserar på hanteringen av känslor. Detta är relevant för den här undersökningen med hänsyn till att jag syftar till att undersöka hur intervjupersonerna upplever sitt arbete som tågvärd i förhållande till de känslor, roller och relationer som omger dem. För att beskriva detta kan det vara centralt att beskriva vart det emotionella arbetet utförs varpå Goffman illustrerar adekvata begrepp. Yrket innebär också till stor del socialt samspel där Collins interaktionsritual lämpar sig för att beskriva detta och till sist presenterar Hochschild relevanta begrepp för att förklara känslorbetet.

4 Metod

I följande del kommer en presentation av hur undersökningen metodologiskt har gått till väga. Detta inleds med en beskrivning av val av forskningsansats och metod varefter undersökningens avgränsningar presenteras. Därefter kommer en redovisning av tillvägagångssättet och urvalsprocessen. Detta följs av en beskrivning av intervjuguide, materialinsamling och hur materialet senare har analyserats. Efter detta kommer en övervägning av min egen förförståelse. Avslutningsvis behandlas de etiska överväganden som tagits i beaktande under processen samt en diskussion om undersökningens trovärdighet och generaliserbarhet.

4.1 Val av metod

En undersökning kan klassificeras efter hur mycket kunskap som från början finns inom ett område, finns det kunskapsluckor kommer undersökningen att vara utforskande vilket kallas för explorativa undersökningar (Patel & Davidson 2011:12). Inom emotionsteorin anses emotioner vara av betydelse för att förstå och förklara sociala situationer (Dahlgren & Starrin 2004:19). Medan ett interaktionistiskt perspektiv fokuserar på att förklara sociala situationer eller beteende utifrån samspelstermer (Giddens 2007:80).

För att undersöka hur intervjupersonerna upplever sitt arbete som tågvärd i förhållande till de känslor, roller och relationer som omger dem har jag därför använt mig av explorativ ansats med en emotionsteoretisk och interaktionistisk referensram.

Valet av metod grundas på den typ av information som undersökningen ämnar att nå. Henny Olsson och Stefan Sörensen (2011:18f) menar att kvalitativa och kvantitativa metoder kan ses som två perspektiv för att belysa ett forskningsbart problem. Kvalitativa metoder inriktar sig på få personer och fokuserar på deras upplevelser och beskrivningar för att på så sätt få en djup och intensiv beskrivning gällande den specifika kontext undersökningen befinner sig i. Kvantitativa metoder riktar istället in sig på att på ett brett sätt uttala sig om många. Runa Patel och Bo Davidsson (2011:13f) menar att kvantitativ forskning i första hand besvarar frågor som handlar om kvantitet. Denna typ av forskning förknippas ofta med enkäter och inriktar sig på mätningar och statistiska bearbetningar. Vidare skriver de hur kvalitativ forskning istället inriktar sig på så kallad mjukdata i form av exempelvis intervjuer vilket, i linje med Olsson och Sörensen, lämpar sig då syftet är att skapa förståelse för människors upplevelser av fenomen.

Till följd av undersökningens syfte fann jag därför en kvalitativ ansats som bäst lämpad. Detta eftersom avsikten har varit att beskriva intervjupersonernas egna upplevelser där intervjuer med en möjlighet till att ställa följdfrågor rimligtvis har besvarat syftet bättre en kvantitativ metod skulle kunna göra. Även om en kvantitativ metod skulle kunna leda till en bred förklaring så har detta inte varit mitt syfte varpå jag anser att valet av kvalitativ metod har lett till ett mer djupgående resultat. Just möjligheten till att aktivt kunna ställa följdfrågor och följa upp ämnen som intervjupersonerna har funnit intressanta är något som jag menar att har berikat undersökningen.

4.2 Avgränsningar

De avgränsningar som gjorts i undersökningen är först och främst att enbart fokusera på ett av alla Sveriges existerande tågbolag, vidare är undersökningen avgränsad till en av de valda tågbolagets stationeringsorter. Detta av flera anledningar. Bland annat att intervjupersonerna genom att arbeta på samma arbetsplats rimligtvis har en liknande referensram än om de skulle arbeta på olika tågbolag i olika delar av Sverige. Även tillgängligheten var en avgörande faktor till följd av att jag själv skulle kunna ha möjlighet att avsätta tid till att ta mig till staden för att utföra intervjuer, men också att populationen var relativt stor vilket jag trodde skulle underlätta urvalsprocessen. Till följd av valet av kvalitativ metod, intervjuer, så har även antalet intervjupersoner begränsats till fyra stycken för att inte få ett alltför stort material att bearbeta. Genom att syftet handlar om att fokusera på intervjupersonernas egna upplevelser har heller inga kopplingar till organisationen i sin helhet gjorts.

4.3 Tillvägagångssätt

Inledningsvis i arbetsprocessen tog jag kontakt med ett tågbolag där jag själv har kontakter eftersom jag trodde att jag skulle ha en chans att få genomföra undersökningen där. Genom detta fick jag en kontaktperson på företaget. Därefter formulerades en intervjuguide, vilket redogörs för nedan, vilken jag försäkrade mig om att innefattade alla de områden som jag trodde skulle vara intressanta för undersökningen.

Till att börja med genomfördes två intervjuer som transkriberades och kodades, vilket även det redogörs för nedan. Redan efter två intervjuer fann jag mönster i form av vad som händer då en kund inte betar sig såsom det går att förvänta sig och olika förhållningssätt till detta. Det här gjorde att jag inför följande intervjuer kunder förbereda mig på detta för att kunna fördjupa

mig ytterligare. Efter att materialinsamlandet var färdig sammanställdes resultatet som jag sedan sökte efter lämpliga teorier och tidigare forskning att använda för att analysera med.

4.4 Urval

Urvalet för undersökningen är en kombination av ett strategiskt urval och tillfällighetsurval. Ett strategiskt urval innebär att man på förhand bestämmer vad och vilka som skall studeras medan ett tillfällighetsurval består av personer som under tiden för undersökningen fanns tillgängliga. En svaghet vid båda dessa typer av urval är att personerna som ingår inte kan ses som representativa i statistisk mening (Trost 1997:106, Olsson & Sörensen 2011:113). Genom att ambitionen inte varit att generalisera resultatet att gälla för tågvärdar i stort samt undersökningens tidsmarginal ser jag detta som lämpliga urval. Valet av strategiskt urval motiveras genom de avgränsningar som gjorts där jag på förhand bestämde att jag ville undersöka ett specifikt tågbolag i en specifik stad i Sverige medan tillfällighetsurvalet användes för att underlätta att få tag på intervjupersoner.

Urvalet gick till genom att min kontaktperson, efter att ha fått information av mig, skickade ett mejl till samtliga medarbetare med information där de uppmanades att anmäla intresse för deltagande. Detta resulterade i tre svar vilket jag räknade med att skulle vara för lite och jag fick dessutom ett avhopp en bit in i materialinsamlandet. Fördelen med att låta personer själva anmäla intresse kan rimligtvis vara att det leder till intervjupersoner som av ett genuint intresse vill vara med. Samtidigt blev jag uppmärksam på att det också kan vara en nackdel genom att det kan vara svårt att få personer att anmäla sig frivilligt. Därför tog jag själv kontakt med två personer som sa ja och fick då totalt fyra intervjupersoner. Efter att intervjuerna var färdiga bedömde jag att det fanns tillräckligt med material.

En presentation av undersökningens intervjupersoner kommer i anslutning till resultat- och analysdelen där jag av forskningsetiska skäl använder fingerande namn.

4.5 Intervjuguide

För att förbereda mig inför intervjuerna utformades en intervjuguide inspirerad av den halvstrukturerade livsvärldsintervjun. Intervjuguiden kan vara strukturerad i olika grad. En hög grad av strukturering innebär att frågorna ställs i en förutbestämd ordning medan en låg grad av strukturering innebär att intervjuaren ställer en öppen fråga där fortsättningen anpassas efter svaren (Lantz 2013:42). Steinar Kvale och Svend Brinkmann (2009:139f) menar att målet med den halvstrukturerade livsvärldsintervjun är att nå intervjupersonernas egna beskrivningar av sin

livsvärld i syfte att tolka innebörden av vad de tillskriver vara av mening av de beskriva fenomen. Vidare är denna intervju konstruerad kring en rad teman med förslag till frågor vilket gör det möjligt att under intervjun göra förändringar gällande frågornas ordningsföljd eller form för att följa upp intressanta trådar (a.a.:140).

De teman som intervjuguiden är konstruerad kring är: *bilden av företaget, roller, kundernas betydelse* samt *interaktion*. Varje tema inleds med vad Kvale och Brinkmann (a.a.:150) kallar för inledande frågor vilket är frågor där intervjupersonen ombeds berätta om eller beskriva en situation på ett detaljerat sätt. Detta kan leda till spontana och rika beskrivningar av de aspekter som intervjupersonen själv upplever vara av störst vikt i förhållande till fenomenet som undersöks.

Eftersom undersökningens syfte handlar om att skapa förståelse för hur intervjupersonerna upplever sitt arbete i förhållande till de känslor, roller och relationer som omger dem anser jag den halvstrukturerade livsvärldsintervjun som bäst lämpad att besvara detta. Användandet av teman gav mig möjlighet att vara öppen för att låta intervjupersonerna fylla dessa teman med vad som för dem var av betydelse. Att jag hade förslag på frågor var också ett bra stöd även om de till största delen kom upp utan att jag behövde ställa dem. De inledande frågorna ledde också till att intervjuerna kunde anpassas efter vad personen i fråga verkade tycka var av störst betydelse. Risker med en allt för strukturerad intervju kan rimligtvis vara att fokuseringen ligger på att pricka av en mängd frågor vilken kan leda till många men ytliga svar. Genom att jag kunde anpassa följdfrågorna efter tidigare svar och anpassa ordningsföljden på de teman jag hade att förhålla mig till blev svaren rimligtvis djupare och på så sätt berikade analysen.

4.6 Materialinsamling

Två av intervjuerna genomfördes på olika caféer och en i ett kontorsrum på arbetsplatsen och tog mellan 60-75 minuter medan en genomfördes över telefon och tog cirka 40 minuter. Annika Lantz (2013:96) menar att den rumsliga utformningen för var en intervju bör ske är en komplex fråga och platsen kan såväl underlätta som hindra kommunikationen. Dock bör platsen vara fredad från störande inslag såsom ljud eller intrång. Vidare betonar hon det individuella med att vara känslig för störande inslag och menar att eventuella störningsmoment kan tas upp innan intervjun för att diskutera hur miljön eventuellt kan förbättras.

Att två av intervjuerna utfördes på olika caféer är något som kan ses som att det försvårar för intervjupersonen att öppna upp sig och ge spontana och ärliga svar. Dock skedde intervju-

erna på förmiddagen, vid klockan tio, då caféerna nyligen hade öppnat och var relativt folk-tomma, det satt heller inga andra inom hörhåll. Dessa intervjuer inleddes också med att disku-tera den omringande miljön där ingen av intervjupersonerna fann detta som något problem. Jag anser också att detta ledde till avslappande intervjuer där fokus låg på vår dialog framför det som fanns runt omkring och att miljön således inte hade någon negativ inverkan på dialogerna. Gällande materialet som dessa genererade så ser jag ingen skillnad mot intervjun som skedde på ett avskilt kontorsrum.

När det gäller telefonintervjun så kan den givna distansen ses som en nackdel där gester såsom kroppsspråk och ansiktsuttryck går förlorade. Dock ser jag att även denna intervju gene-rerade lika mycket material som de övriga och distansen var på så sätt inget problem. Telefo-nintervjun gick också märkbart fortare att genomföra och jag upplevde att jag under den förhöll mig mer till intervjuguiden och dess förslag på frågor än vad jag gjorde på övriga. Detta kan rimligtvis vara en konsekvens av att inte fysiskt ha intervjupersonen framför sig och kunna fokusera på att läsa av denne där fokus istället hamnade på intervjuguiden framför mig. Här fick jag inte heller med det eftersnack som kom sig naturligt i de övriga intervjuerna men på det stora hela ser ja ändå att det material som de olika intervjuerna genererade inte skiljer sig märkbart.

4.7 Kodning

Intervjuerna spelades in med min mobiltelefon, efter godkännande av intervjupersonerna, där-efter skrevs samtliga intervjuer ner ordagrant och skrevs sedan ut i pappersform. Detta var något som genererade en stor mängd textmaterial. För att göra så stora mängder textmaterial hanter-bart menar Kvale och Brinkmann (2009:221) att det lämpar sig att börja med en så kallad me-ningskoncentrering. Detta innebär att andemeningen i intervjupersonernas utsagor formuleras i några få ord. Att meningskoncentrera kan också förstås som att det som upplevs som mest centralt i intervjupersonernas utsagor görs om till koder, de kodas. Matthew B. Miles och A. Michael Huberman (1994:56) menar att det inte är namnet på en kod i sig som är av vikt utan innebörden av den. Det kan vara något gemensamt som förenar såväl ord som meningar.

Inledningsvis lästes intervjuutskriften igenom där i princip allt kodades i marginalen. Efter detta hade jag intervjuutskriften som för blotta ögat tycktes vara mer komplext än vad det var innan jag började varpå jag gjorde en mönsterkodning. Detta innebär att materialet grupperas till olika kategorier för att på så sätt bli mer hanterbart (a.a.:69). Vissa koder kom exempelvis att handla om olika beskrivningar för kunder vilket kom att hamna under en kategori som jag

valde att kalla för resenärsnormen. De kategorier som formulerades under mönsterkodningen utgör senare grunden för undersökningens resultat- och analysdel.

4.8 Förförståelse

Min egen förförståelse har genom undersökningen varit en ofrånkomlig aspekt att reflektera kring då jag har egna erfarenheter inom området. I samband med materialinsamlandet och analysarbetet har jag därför försökt vara medveten om att, och på vilket sätt, min förförståelse påverkar mig. När intervjupersonerna har berättat om jobbiga situationer som de råkat ut för så har jag själv ofta råkat ut för liknande situationer och vet på vilket sätt jag har hanterat det. Det har därför varit av vikt att vara medveten om detta för att kunna lägga bort det och fokusera på hur intervjupersonerna beskriver att de själva upplevt situationen. De visste också om att jag har erfarenheter inom samma område som dem vilket skulle kunna leda till en känsla av att man vet vad den andra menar. Detta försökte jag undvika genom att be om ytterligare förklaringar samt ställa tolkande frågor.

Överlag upplever jag ändå förförståelsen som en betydelsefull tillgång. Mina erfarenheter gjorde att jag under intervjuerna kunde ställa passande frågor. Att jag också var bekant med olika termer såsom tågtyper och regler och vad dessa innebär för olika ansvarsområden är något som jag upplever underlättade dialogerna. Att jag i förväg var bekant med två av intervjupersonerna är också något som jag i efterhand ser som ett bra val. Detta eftersom det snabbt kändes avslappnat i intervjusituationerna vilket rimligtvis också underlättade för spontana svar, även om detta var något jag även upplevde hos övriga intervjupersoner.

4.9 Etiska överväganden

Inom allt forskningsarbete finns ett mål om att den kunskap som produceras är så trovärdig som möjligt och samtidigt är viktig för såväl individer som för samhällets utveckling. Därför finns det krav på hur forskning skall bedrivas och även att den inriktas på väsentliga frågor. Detta leder till att det måste vägas jämt mellan forskningens allmänna nytta och skydd mot otillbörlig insyn i exempelvis människors livsförhållanden (Patel och Davidson 2001:62).

I undersökningen arbetar jag därför utifrån Vetenskapsrådets forskningsetiska principer för att säkerhetsställa att undersökningen följer de krav och rekommendationer som ges för att skapa ett tillförlitligt material. De fyra huvudkraven är följande: informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet.

Informationskravet innebär att de som berörs av forskningen skall informeras om dess syfte (a.a.:63). För att uppfylla detta var jag noggrann med att vid första kontakten med företaget och intervjupersonerna meddela om undersökningens övergripande syfte, hur de uppgifter de gav mig skulle användas samt att jag erbjöd dem att ta del av slutprodukten om som så önskades. Här informerades också hur uppsatsen kommer att läsas av övriga studenter och handledare och senare publiceras på nätsidan Digitala Vetenskapliga Arkivet. Hade jag inte gjort detta hade intervjuerna kunnat präglas av en osäkerhet från intervjupersonernas sida vilket sedan kan påverka materialet negativt.

Samtyckeskravet innebär att deltagaren själv bestämmer över sin medverkan (a.a.:63). Detta uppfylldes genom att vara tydlig med att medverkan är frivillig och att möjligheten finns att under intervjun avbryta eller låta bli att svara på vissa frågor. Detta är något som jag upplevde att skapade en tillitskänsla gentemot mig som intervjuare vilket förhoppningsvis bidrog till mer djupgående och sanningsenliga svar.

Konfidentialitetskravet innebär att personuppgifterna för alla som deltar i undersökningen skall förvaras så att ingen obehörig kan ta del av dem (a.a.:63). Detta förhöll jag mig till genom att berätta om hur jag i slutprodukten skulle dölja intervjupersonernas identiteter. Eftersom undersökningen är gjord på en och samma arbetsplats är det rimligt att tro att bakgrundsinformation såsom kön, ålder och anställningsår är något som kan hjälpa intervjupersonerna att identifiera varandra vid eventuell läsning. För att minska igenkänningsfaktorerna i materialet informerades därför om jag skulle använda mig av fingerade namn och skriva deras ålder i en femårsintervall och ungefär hur länge de har arbetat. För att minska risken för att övriga läsare skall kunna spåra vilken arbetsplats undersökningen är gjord på har företaget benämnt som ett tågbolag, precis som vilket som helst, i en stad i Sverige där det inte framkommer vilken.

Nyttjandekravet innebär att inga uppgifter som samlats in i samband med undersökningen får användas utanför den aktuella undersökningen (a.a.:63). För att uppfylla detta informerades om att allt material, såsom ljudinspelningar och intervjuutskrift, raderas så snart uppsatsen är godkänd. Innan intervjuerna betonades också hur det insamlade materialet endast skulle användas för denna undersökning. Uppfylls inte nyttjandekravet kan undersöknings trovärdighet försämrats genom en osäkerhet hos intervjupersonerna huruvida deras uppgifter och det som de delar med sig av kan komma att användas i framtida undersökningar utan deras vetskap.

4.10 Undersökningens trovärdighet

För att säkerhetsställa undersökningens trovärdighet är det viktigt beakta faktorer som under processen kan komma att påverka dess giltighet och tillförlitlighet, *validitet* och *reliabilitet*. Validitet handlar om att det som skall undersökas faktiskt undersöks medan reliabilitet handlar om mätinstrumentets tillförlitlighet och hur väl det motstår olika slag av slumpinflytanden (Patel & Davidson 2011:102f). De val och avvägningar som gjorts och presenterats för ovan har också varit till fördel för att försäkra undersökningens validitet och reliabilitet vilket såldes genomsyrar hela undersökningen varpå allt inte kommer att återfinnas i följande stycke.

Inom kvantitativa undersökningar kan validiteten stärkas med en god teoriuppbyggnad, ett bra mätinstrument och noggrannhet i inledningsprocessen av materialinsamlandet. När det gäller kvalitativa undersökningar där syftet handlar om att upptäcka och förstå innebörden av olika fenomen kommer begreppet validitet snarare att gälla för hela forskningsprocessen (a.a.:105). Samma sak gäller för begreppet reliabilitet, inom kvantitativa undersökningar kan det ses låg reliabilitet om en person ställs samma fråga flera gånger men svarar olika. I kvalitativa undersökningar ses detta istället i relation till den situation som råder vid undersökningstillfället, att få samma svar är inte det viktiga utan en variation i svaren kan istället vara intressant. Detta gör att begreppet reliabilitet inom kvalitativa undersökningar närmar sig validitetsbegreppet som på så sätt kan ses få en vidare innebörd (a.a.:106).

Att undersökningen mäter just det den avser mäta i en kvalitativt inriktad intervjuundersökning som denna kan innebära att stor vikt läggs på frågeguiden och dess relation till undersökningens ämnesområde. Därför konstruerades, som tidigare beskrivits, en intervjuguide utifrån olika teman som för den här undersökningen varit relevanta och kopplade till frågeställningarna. Urvalsprocessen är också något som kan ses som ett steg att öka tillförlitligheten och genom att intervjupersonerna själva fick möjlighet att anmäla intresse, trots att detta endast ledde till två intervjupersoner. Men rimligtvis leder detta till, som redan nämnt, personer som av en genuint intresse vill delta och på så sätt ger personliga och sanningsenliga svar vilket kan bidra till ett mer giltigt och rättvisande resultat. Innan intervjuerna var jag noga med att gå igenom min egen förståelse vilket är något som kan öka undersökningens tillförlitlighet. Detta genom att jag senare under intervjuerna kunde undvika frågor som skulle kunna styra intervjupersonerna till att svara på ett visst sätt. Istället för att fråga om de exempelvis går in i tjänstekupén och pratar av sig med kollegorna efter ett jobbigt kundmöte frågade jag istället hur de brukar agera efter ett sådant kundmöte och vidare vilken betydelse kollegorna har i sådana

situationer. På det sättet får intervjupersonerna berätta om sin upplevelse vilken inte behöver överensstämma med min.

4.10.1 Generaliserbarhet

Att generalisera handlar om att se undersökningen ifrån ett bredare perspektiv där resultatet kan ses gälla bortom den population som undersökts (Olsson & Sörensen 2011:257). Möjligheterna till generalisering ser något annorlunda ut när det gäller kvantitativa respektive kvalitativa undersökningar. Kvantitativa undersökningar som kännetecknas av att de är numeriska och syftar till att ge kunskap om många kan öka sina möjligheter till generalisering genom exempelvis noggrannhet vid urvalet. Att i möjlig mån få urvalet att bli en miniatyr av den grupp som undersöks kan göra att urvalet ses som representativt för gruppen (Patel & Davidson 2011:56).

Eftersom kvalitativa undersökningar kännetecknas att de studerar få fall där syftet i första hand är att skapa förståelse för de fall som studeras blir möjligheten till generalisering mer komplex, i jämförelse med kvantitativa undersökningar. En kvalitativ undersökning kan dock skapa en förståelse av olika fenomen i relation till sin kontext. Genom att på ett noggrant sätt beskriva forskningsprocessen så att de som tar del av den kan bilda sig en uppfattning om val som gjorts samt föra resonemang kring intervjupersoners utsagor och stödja detta med andra undersökningar kan en generalisering möjligtvis göras (a.a.:109).

Mot bakgrund av att det empiriska materialet för den här undersökningen bygger på fyra intervjuer har jag inga anspråk på att generalisera resultatet att gälla för tågvärdar i stort. Jag har dock försökt att vara noggrann vid beskrivningen av hur jag metodologiskt gått till väga och försökt att på ett tydligt sätt presentera vad som sagts av intervjupersonerna för att sedan presentera mina tolkningar av deras upplevelser. Detta har också satts i sammanhang genom förankrade teorier, vissa delar har också kunnat relateras till tidigare forskning vilket är flera steg för att öka trovärdigheten och eventuella möjligheter till generalisering.

5 Resultat och analys

Nedan presenteras undersökningens resultat och analys. Inledningsvis kommer en presentation av undersökningens intervjupersoner. Därefter kommer upplägget vara tematiskt där den första delen fokuserar på kontexten där interaktionen utspelar sig och intervjupersonernas arbete äger rum där Goffmans dramaturgiska perspektiv kommer att ligga till grund. Sedan kommer en del som bygger vidare på delen innan där fokuseringen istället kommer att vara på kollegornas roll och samspelet dem emellan vilket förklaras genom Collins interaktionsritual. Den avslutande delen kommer att handla om intervjupersonernas upplevelser av sitt arbete och sin roll i förhållande till förväntningar, där Hochschild kommer att ligga till grund för att sätta arbetet i kontexten emotionellt arbete. Detta följs av förväntningar som intervjupersonerna upplever sig ha på kunden och hur denne kan liknas med att följa en resenärsnorm samt olika förhållningssätt för när kunden avviker från denna. Detta sammanfattas sedan och förklaras som förhållningssätt till det emotionella arbetet.

5.1 Presentation av undersökningens intervjupersoner

My som är i åldern 35-40 och har i tid med undersökningen arbetat på företaget i cirka fem år.

Anna som är i åldern 55-60 och har arbetat på företaget i cirka 35 år.

Sofia som är i åldern 35-40 och har arbetat på företaget i cirka 20 år.

Christer som är i åldern 30-35 och har arbetat på företaget i cirka fem år.

5.2 Framträdandet

Det Goffman (2014:23) beskriver som interaktion mellan människor kan i den här undersökningen översättas till mötet mellan kund och tågvärd. Intervjupersonerna uppskattar de kundmöten de gör en helt vanlig arbetsdag till allt mellan 300-500 stycken där det första mötet dem emellan sker endera på plattformen eller ombord på tåget. Dessa platser kan därför förstås som den främre regionen, eller scenen, där tågvärden framträder för sin publik i form av kunder. Dit kommer kunden med olika förväntningar om att de skall vara bland annat glada och hjälpsamma vilka de anpassar sitt framträdande efter. Dessa förväntningar är något som kommer att utvecklas senare i delen om vad rollen innebär.

Något intervjupersonerna är överens om är att det i samma stund som de tar på sig sin arbetsuniform händer något, de träder in i sin yrkesroll. Hur mycket av en själv som kommer fram i yrkesrollen varierar men de är överens om att de i grund och botten är samma person. ”... Sen

kanske jag inte är överdrivet extra trevlig privat om jag inte måste, när jag inte har betalt för att le” (Daniella). I citatet beskriver Daniella hur hon i samband med att hon arbetar är extra glad i jämförelse med hur hon är annars. Uniformen fungerar också som ett slags skydd mot negativ kritik ”Är det så att de skäller så skäller de ju inte på mig utan på [företaget]” (Sofia). En annan intervjuperson berättar om hur denne upplever sig få en annan gladare attityd på tåget och ändrar såväl kroppsspråk som sätt att prata i form av att ålägga sig en mer utpräglad dialekt i syfte att uppfattas som trevlig.

”Ute bland resenärerna har jag ju liksom en kanske attityd och ett sätt att prata och ett kroppsspråk som, javisst, det bottnar ju i mig själv... Kanske något glättigare och mer leende figur än vad jag i vanliga fall är och utifrån att, jag tänker att får man människor att känna sig, amen trygga och sedda och kanske lite uppmuntrade så brukar det gå mycket lättare att få dem att göra som man vill.” (Christer)

I citatet ovan reflekterar Christer kring hur han tror sig upplevas som en gladare figur när han arbetar än vad han gör privat vilket han tror beror på att han ändrar sitt sätt att vara. Vidare reflekterar han kring varför han tror han gör detta vilket han tror handlar om att skapa förtroende hos kunden för att kunna styra dem om det skulle behövas.

Med tåget som en scen där tågvärden spelar en roll för en publik kan citatet genom Goffman (a.a.:23) tolkas som reflektioner kring framträdandet. Att ändra kroppsspråk och sätt att prata är alla delar som Christer under framträdandet exponerar för publiken i syfte att påverka dem, få dem att känna sig bekväma samt skapa ett förtroende. Vidare kan Christers medvetenhet om att han gör dessa grejer förstås som att han har ett distanserat förhållningssätt till sin roll. Han upplever sig kunna styra publiken mot att uppleva resan som trevlig vilket genom Goffman (a.a.:25f) kan förstås den cyniske rollspelaren.

Till framträdandet hör också en personlig fasad och uniformen är något som signalerar till kunden att personen bakom är någon som kan sin sak till vilken de kan vända sig till med frågor och tillhör därför den del av fasaden som Goffman (a.a.:30) kallar för uppträdandet. Vilket skulle kunna förklara hur det kommer sig att intervjupersonerna upplever sig gå in i en roll i samband med att de tar på sig uniformen. Gemensamt för Daniella och Christers utlåtanden ovan är att de handlar om att upplevas trevlig och att de blir aningen extra av sig själva då de arbetar. Detta kan förstås som den del av den personliga fasaden som Goffman (a.a.:30) benämner mané. Vilket handlar om just den roll en individ förväntas ta i interaktionen i förhållande till hur de för ögonblicket upplevs. Fallen ovan kan därför förstås som att de försöker liva upp sin mané genom att vara extra trevlig vilket i sin tur leder till att kunden kan förvänta sig en

positiv interaktion. I förhållande till de förväntningar intervjupersonerna upplever sig ha från kunderna i form av att vara trevliga och hjälpsamma kan det vidare förstås som ett arbete att få uppträddandet att överensstämma med manén.

5.2.1 Bakom kulisserna

En av de återkommande trivselfaktorerna med arbetet uppger intervjupersonerna vara den gemenskap de känner med kollegorna. Denna gemenskap beskrivs som vad som kan förstås som en gemensam mentalitet där det värnas om varandras välmående, de hjälper varandra i arbetsuppgifter och håller varandra bakom ryggen.

En helt vanlig arbetsdag börjar på kontoret där intervjupersonerna berättar att de brukar vara redan 15-20 minuter innan vad som är schemalagt. Detta för att de vill kunna börja dagen i ett lugnt tempo och veta att det finns tid till att småprata med en kollega eller chef om de känner för det. De som rör sig i lokalen är en blandning av tågvårdar och lokförare, dels från stationen där undersökningen är gjort men också från andra stationer, samt gruppchefer. Stämningen beskrivs på det stora hela som öppen och hjärtlig, alla hälsar på alla och det finns alltid någon att småprata med. Samtidigt beskrivs den som stressig där folk oftast är på väg någonstans, endera till ett tåg eller hem. Kontoret är hur som helst en plats i anslutning till scenen där framträdande sker men som enbart är till för personalen och således stäng för kunderna. Därför kan kontoret genom Goffman (2014:101f) förstås som den bakre regionen. Att det värderas att komma till arbetet tidigt för att hinna småprata med kollegorna kan vidare förstås som en chans att förbereda sig inför framträdandet.

Väl på tåget, där framträdandet sker, beskrivs arbetsklimatet som att det ofta är stressigt och att det ibland inte finns tid till att prata med kollegorna på samma sätt som på kontoret. Ett par av intervjupersonerna förklarar det som att det endera kan flyta på eller krångla. Krångla i sammanhanget kan exempelvis innebära någon form av trafikstörning. Intervjupersonerna varvar mellan att arbeta ensamma eller två och två, exklusive en lokförare som givetvis alltid är en del i besättningen. Trots att det i samband med att framträdandet sker beskrivs som stressigt så kunde jag under intervjuerna uppfatta att det även finns ställen ombord på tåget som kan jämföras med den bakre regionen. Exempel på sådana ställen är tågets tjänstekupé eller hytten där föraren sitter. Där kan personalen stänga om sig och prata om annat, endera tomt prat om husdjur och vädret men det framkommer också som vanligt att olika kundmöten diskuteras.

”... Det är ju oftast sånt man kan göra med sina kollegor under, om man har rast eller, ja men att man faktiskt får snacka lite, det fyller ju ofta en sån funktion känner jag när vi växlar anekdoter med varandra att det är ett sätt att ventileras sig, och ja den här biten om man tycker att alla resenärer är idioter så, så är det ju inte men att man... Att det är okej att säga det när du är i tjänstekupén och sen går du ut och så, så hanterar man allt bra igen.” (Christer)

I citatet ovan beskriver Christer hur han efter otrevliga kundmöten kan prata av sig med kollegorna inne i tjänstekupén och hur han värderar dessa samtal genom att det fungerar som ett sätt att ventileras. Vidare menar han att det ibland kan vara skönt att tillsammans med kollegorna få tycka att alla kunder är idioter, trots att de inte är det. Men samtalet i sig leder till att den frustrationen sedan kan lämnas i tjänstekupén. Utlåtandet kan tolkas som att kundmötena stundtals är påfrestande, vilket kommer tydliggöras senare i de delar som berör strategier för när den så kallade resenärsnormen bryts, och kollegorna efter sådana möten hjälper varandra för att tillsammans kunna leverera ett bra framträdande.

Vidare reflekterar Anna om vikten att få prata av sig efter jobbiga kundmöten samtidigt som hon lyfter att även roliga möten bör delas med kollegor.

”Framförallt tycker jag att man ska dra fram roliga möten och så, det negativa kundmötena det, ibland behöver man ju prata av sig bara och så, få spy ur galla och sen är det bra. Men är det roliga grejer så tycker jag absolut att man måste berätta det, för det ger ju så mycket den feedbacken liksom.” (Anna)

I citatet beskriver Anna, i linje med Christer, att det kan vara skönt att få prata av sig om jobbiga kundmöten då det fungerar som ett sätt att ventileras. Hon betonar också vikten av att berätta om roliga möten med kunder vilket upplevs som feedback från dem vilket också kan delas med kollegorna för att de skall få ta del av samma feedback.

Gemensamt för de båda utsagorna är att det handlar om situationer som sker i den bakre regionen där de är utom hörhåll för kunderna. Goffman (a.a.:102) beskriver hur individerna i den bakre regionen kan lägga av sig sin fasad och gå ur sin roll för att kunna prata sinsemellan på ett mer avslappnat sätt som publiken annars kan uppfatta som stötande. Detta kan förklara hur intervjupersonerna i samband med att de är bakom tjänstekupéns stängda dörr känner att de är okej att få uttrycka sig som att alla kunder är idioter. Vidare betonar Goffman (a.a.:103) betydelsen av att den bakre regionen är stängd för publiken då de på så sätt kan skapa sig en buffert mellan sig själva och kraven som de har runt omkring sig. Båda citaten ovan handlar

om hur samtalen inne i tjänstekupén fungerar som ett sätt få ur sig negativa kundmöten för att senare kunna släppa det och återgå till sin roll. Det senare tar även upp hur positiva kundmöten kan fungera som ett sätt att ge varandra feedback. Mötena i tjänstekupén, kan därför förstås som ett sätt för intervjupersonerna att släppa kraven omkring sig och buffra varandra på energi vilket hjälper dem att sedan kunna leverera ett bra framträdande.

Som nämnt är den gemenskap som intervjupersonerna känner med kollegorna en av de återkommande trivselfaktorerna. Detta kan upplevas aningen paradoxalt mot bakgrund av att intervjupersonerna beskriver en stressig arbetsmiljö där de ibland inte har tid att prata med varandra. Ingen av intervjupersonerna umgås heller med någon från arbetet privat och det framkommer inte som vanligt att det utförs aktiviteter utanför arbetet. Trots det beskrivs gemenskapen som något av det bästa med arbetet. Samtalen i tjänstekupén kan därför tänkas ha en djupare innebörd än att buffra varandra på energi för att kunna leverera på scen.

De båda citaten ovan kan förstås som samtliga komponenter av det Collins (2004:48) menar skapar en lyckad interaktionsritual. En interaktionsritual består av fyra komponenter: 1) Den måste bestå av minst två personer som befinner sig på samma plats för att kunna påverka varandra med sin kroppsliga närvaro; 2) Det måste finnas en gräns i förhållande till utomstående för att de som deltar skall få en känsla av vem som deltar och inte; 3) Deltagarnas uppmärksamhet måste vara fokuserad på ett gemensamt objekt eller en aktivitet. En delad fokusering leder till en medvetenhet om varandras uppmärksamhetsfokus och kan uppstå av att exempelvis samma handlingar eller gester utförs; 4) Deltagarna måste dela en gemensam upplevelse eller sinnesstämning (a.a.:48).

Situationerna som intervjupersonerna beskriver visar tydligt hur att de består av minst två personer. I tjänstekupésituationerna beskrivs också hur det finns möjlighet att stänga om sig för att kunna uttrycka sig negativt om kunderna utan att de hör, vilket kan förstås som en tydlig gräns för att det endast är de som befinner sig i tjänstekupén som deltar. Aktiviteten i det här fallet kan översättas till att ventilera olika kundmöten vilket kan leda till en gemensam känsloupplevelse. Den ena personen kan tänkas berätta om ett kundmöte som den andra har liknande erfarenheter av och kan relatera till vilket kan upplevas som att de delar en upplevelse. Vilket i sin tur leder till att de, som Christer beskriver, växlar anekdoter med varandra och på så sätt hamnar i en gemensam sinnesstämning. Collins (a.a.:49) menar att resultatet av en lyckad interaktionsritual kan vara en känsla av gruppmedlemskap och emotionell energi vilket stärker såväl individen som gruppen. Samtalen i tjänstekupén kan därför förstås som något som skänker intervjupersonerna emotionell energi och de skapar känslor av tillit och till varandra och övriga kollegor samt en entusiasm vilket vidare stärker banden dem emellan.

Sammanfattningsvis kan möjligheten att få gå bakom kulisserna å ena sidan ses som ett sätt att buffra varandra på energi å andra sidan som ett sätt för intervjupersonerna att hantera de känslor som omger dem i sitt dagliga arbete. Detta genom att förstå samtalen som en chans för intervjupersonerna att uttrycka sina känslor med någon som förstår. Vilken kan ses överensstämma med Abialas (2000:88) studie där hon betonar vikten av ett särskilt utrymme där de anställda ges en chans att leva ut sina känslor efter jobbiga kundmöten eller få stöd av kollegor. Dessa samtal om kunderna förs inte av elakhet utan kan snare ses som ett sätt att hantera arbetet. Intervjupersonerna beskriver hur de kundmöten som leder till negativa känslor i form av exempelvis frustration kan släppas efter att ha ventilerat detta med en kollega varpå samtalen kan ses föras av nödvändighet i förhållande till det emotionella arbete de utför. Möjligheten att kunna dela en upplevelse av ett besvärligt kundmöte med någon som förstår kan således förstås som ett sätt att hantera de känslor som omger intervjupersonerna i sitt dagliga arbete. Där kollegorna kommer att spela en viktig roll när det gäller arbetets känslöhantering. Vilket även det kan ses överensstämmande med Abiala (2000:88) som menar att ett särskilt utrymme där kundmöten kan ventileras kan stärka och bevara arbetsteamets moral.

5.3 Vad innebär rollen

Ovan har berört den kontext där interaktionen mellan tågvärd och kund sker, samspelet mellan kollegorna och vidare betydelsen av att få gå bakom kulisserna som ett sätt att hantera det emotionella arbetet. Fortsättningsvis kommer emotioner, interaktion mellan kund och tågvärd samt andra förhållningssätt till det emotionella arbetet att behandlas.

Som nämnt uppskattar intervjupersonerna de kundmöten de gör en helt vanlig arbetsdag till allt mellan 300-500 stycken. När det kommer till deras beskrivningar av vad rollen som tågvärd innebär, i förhållande till sina egna upplevelser samt vad de tror att kunden förväntar sig, så beskrivs den på det stora hela som att det handlar om att få kunden att känna sig sedd, uppmuntrad och som att denne är en viktig del i arbetet. Detta genom att vara glad, skämtsam och trevlig samt sätta dem och den upplevelse som en tågresa kan innebära i första hand, vilket också flera gånger beskrivs som charmen med arbetet. Kunden vill också kunna förlita sig på att de finns där och löser eventuella problem. De personliga egenskaper som är återkommande i intervjupersonernas utsagor är vikten av att ha en känsla för service samt stresstålighet. Vidare behöver man vara öppen som person och tycka att det är roligt att prata med människor och samtidigt ha ett lugnt temperament. Men rollen innebär också ett ansvar för att tåget tar sig fram på ett

säkerhetsmässigt tryggt sätt vilket innebär att rollen behöver tas seriöst. En annan viktig egenskap är förmågan att kunna stå på sig eftersom det stundtals kommer att komma kunder som på olika sätt har en mindre trevlig inställning till rollen, vilket jag kommer att återkomma snare.

Sammanfattningsvis beskrivs rollen som att den till stor del handlar om att förmedla vissa känslor för att skapa en positiv känsla hos kunden. Detta är något som kan, även om det framkommer som relativt ovanligt, kontrolleras genom att den närmsta chefen följer med på resor. Det förekommer också medarbetarsamtal centrerade kring de anställdas upplevelse av sin roll samt chefens förväntningar på dem. Skulle rollen misskötas kan detta även framkomma genom rapporter från kunder eller kollegor.

Hochschild (2003:57) menar att känsloregler är normer som styr vilka känslor som skall upplevas och visas i olika situationer. Genom att ett frekvent återkommande när det gäller förväntningar och beskrivningar av rollen som tågvärd handlar om olika positiva känslor kan detta förstås som att tågvärden i sitt dagliga arbete följer olika känsloregler. Kunden förväntar sig att mötas av en glad, trevlig och hjälpsam tågvärd vilket intervjupersonerna också levererar genom såväl kroppsliga uttryck som ansiktsuttryck, vilket även det kommer att utvecklas nedan.

För att ett arbete skall betecknas som emotionellt arbete krävs det att tre kriterier uppfylls: 1) Personalen måste ha ansikte-mot-ansikte eller röst-mot-röst kontakt med kunden; 2) Det skall ingå i den anställdes arbetsuppgifter att skapa en emotionell känsla hos såväl kunden som sig själv; 3) Arbetsgivaren skall genom träning och övervakning utöva kontroll över de anställdas emotionella arbete (a.a.:147). Genom beskrivningarna ovan framkommer det tydligt att intervjupersonerna i sitt dagliga arbete utför emotionellt arbete till följd av att samtliga kriterier uppfylls.

”För det handlar om att vi ska utstråla och på något vis försöka ge resenärerna någon form av förtroende och behaglig känsla och så vidare. Det är väl strunt samma egentligen hur jag mår just nu, det viktiga är att dom uppfattar mig som professionell och serviceinriktad.” (Christer)

I citatet reflekterar Christer kring vad yrkesrollen egentligen går ut på vilket han menar är att skapa en positiv känsla hos kunden genom att själv utstråla trygghet och glädje. Det är oviktigt hur han egentligen mår så länge som han utstrålar något som skänker kunden en behaglig känsla genom att följa känsloreglerna.

Hochschild (a.a.:37ff) menar att känslor i arbetet kan uttryckas genom ett ytligt eller ett djupt emotionellt agerande för att i serviceyrken uppfattas som trevlig. Det första innebär att individen uppvisar en känsla som denne inte upplever medan den senare fokuserar på individens egen

upplevelse som denne på olika sätt försöker få att överensstämma med det som visas. Genom att citatet ovan uttrycker att det är oviktigt hur han egentligen mår så länge som han utstrålar något som skänker kunden en behaglig känsla kan detta förstås som ett ytligt emotionellt agerande. Mer om detta nedan.

5.4 Resenärsnormen

Precis som kunderna har vissa förväntningar på tågvärdens roll så har även tågvärderna vissa förväntningar på kunden. De allra flesta kunder sticker inte ut på något nämnvärt sätt. Detta är kunder som är någorlunda medvetna om vad det innebär att åka tåg. Denna medvetenhet innefattar sådant som att vara ute i god tid, att själv se till att bagage placeras på lämpliga ställen där det inte blockerar framkomligheten eller nödutrymningsvägar för övriga. Vidare hålls det ordning på biljetter och eventuella hörlurar plockas ur vid biljettviseringen. Sammanfattningsvis en kund som är relativt självgående och har en viss förståelse och respekt för yrkesrollen, en som helt enkelt vill visa att denne gjort rätt för sig för att i övrigt inte göra något större väsen av sig.

Detta är något som jag väljer att likna med att följa en resenärsnorm. Intervjupersonerna upplever inte att de kunder som följer resenärsnormen har några större förväntningar på dem förutom att de skall visa sitt vanliga leende samt att de finns behjälpliga. Även om de är få till antalet så finns det även kunder som avviker från denna norm vilka av någon anledning gör större intryck på intervjupersonerna än vad de som följer den gör ”Det är ju dom typerna av resenärer som man märker och kommer ihåg just därför att dom är så pass sällsynta jämfört med dom flesta andra” (Christer). I citatet reflekterar Christer kring hur det kommer sig att det är just de som avviker som oftast stannar i minnet vilken han förklarar med att de är så pass sällsynta.

5.4.1 När resenärsnormen bryts

Ett återkommande tema under intervjuerna är de resenärer som avviker från resenärsnormen, vilket också är förståeligt att vissa kunder gör mot bakgrund av alla de kundmöten som görs på en dag. I linje med Leppänen och Sellbergs (2010:67) studie så kan de rådande normerna om att servicepersonal alltid skall vara trevlig bidra till en förväntan om att de anställda skall leverera en högre nivå av service än vad de faktiskt gör. Denna rådande norm om vad serviceyrket innebär tycks dock genom intervjuerna många gånger överträffas. Intervjupersonerna berättar om situationer då kunder kan ta sig tid att komma fram efter resan för att tacka för en trevlig resa eller berömma dem för ett bra bemötande, vilket överensstämmer med Abialas (2000:116)

studie. Men de berättar också om upplevelser där förväntningarna krockar med yrkesrollen där kunder exempelvis kan viska till sin medresenär, tillräckligt högt för att det skall höras, att personalen endast finns där för att serva dem. Detta kan förstås som två ytterligheter i förhållande till resenärsnormen varpå jag nedan kommer att fokusera på sen senare ytterligheten.

Något som är gemensamt för intervjupersonerna är att de beskriver sig som chef på de tåg de arbetar på och att de värnar om att yrkesrollen skall respekteras. ”Jag vill förvänta mig att folk respekterar min yrkesroll i det att det faktiskt är jag och kollegorna som bestämmer om vilka som ska få lov att åka med på tåget” (Christer). I citatet berättar Christer om att han i sin yrkesroll vill bli respekterad genom att det är han och kollegorna som beslutar om huruvida kunden får åka med på tåget eller inte. Vilket kan förstås som att han levererar det som kunden förväntar sig av yrkesrollen så länge som kunden visar respekt för rollen. Hochschild (2003:189) menar att ju större möjligheter den enskilde har när det gäller att påverka det emotionella arbetet desto mindre är risken för att personen överanstränger sig och blir utbränd. Citatet kan därför tolkas som att Christer upplever sig ha en stor möjlighet att påverka det emotionella arbetet, vilket är något som kommer att utvecklas i den avslutande delen av resultatet och analysen.

Intervjupersonerna berättar också om att de är medvetna om att det alltid finns en potentiell risk att en missnöjd kund skickar in klagomål om de inte följer känsloreglerna. Detta i kombination med en vetskap om att kunden förväntar sig ett trevlig och hjälpsamt bemötande samtidigt som de på olika sätt bryter mot resenärsnormen kan därför upplevas som kniviga situationer. Det här kan förstås som en konflikt mellan hur man vet att man bör agera och hur man faktisk vill agera för att värna om sin yrkesroll. Här berättar intervjupersonerna om olika strategier för att förhålla sig till normbrytarna som kan indelas i öppna och dolda strategier, vilka jag kommer att berätta om nedan med störst fokus på de dolda. Det som förenar strategierna är att de på olika sätt fungerar som ett sätt att markera för kunden att denne avviker från resenärsnormen.

5.4.2 Öppna strategier

De öppna strategierna karaktäriseras av att de handlar om att på olika sätt markerar för kunden så att denne blir omedelbart medveten om att beteendet inte är okej. Anna berättade om en kund som varken visade respekt för sina medresenärer eller hennes yrkesroll. Kunden reste i första klass med en hund där personen bredvid visade tecken på allergi varpå Anna informerade om att det inte är tillåtet att sitta med djur någon annanstans än i djuravdelningen, som hon också hänvisade personen till. Detta var inte något som accepterades av kunden som istället hänvisade

till att det var fel på bokningssystemet och att hen tänkte sitta kvar. Detta i sin tur ledde till en lång diskussion som slutade med att Anna pekade med hela handen och tillslut flyttade sig kunden.

”... Men jag var väl inte så snäll mot [hen] heller, tillslut så sa jag till [hen] att nu går du, och hade du inte vart så snäv från början sa hade jag hjälpt dig att bära ditt bagage, men nu får du bära det själv, så jag gick bara upp förbi för att öppna dörren åt [hen].” (Anna)

I citatet reflekterar Anna över hur hon tror att hon själv uppfattades från kundens perspektiv vilket hon beskriver som inte så snällt. Hon beskriver också hur hon berättar för kunden att hon inte tänker hjälpa denne med sitt bagage till följd av att hen varit snäv mot henne. Detta kan förstås som att det för Anna är viktigt att de känslor som hon visar utåt sett rimmar med de som känns inombords samt att kunden blir informerad om varför hon agerar som hon gör. Utsagan kan genom Hochschild (2003:57) tolkas som Anna till en början följer de känsloregler som råder i situationen men när hon efter hand inte upplever sig respekteras i sin roll frångår dem.

Som nämnt tidigare menar Hochschild (a.a.:38f) att känslor kan uttryckas genom ett ytligt eller djupt emotionellt agerande. Ett djupt emotionellt agerande handlar om att skapa en upplevelse som leder till att det som visas utåt överensstämmer med det som känns inombords. Detta överensstämmande kan bland annat skapas genom en expressiv teknik, då gester kan användas för att uttrycka sin känsla där känslan förstärks och förkroppsligas (Hochschild 1990, refererad i Stets & Turner 2007:125). Citatet kan därför förstås som ett djupt emotionellt agerande i den bemärkelsen att det som visas överensstämmer med känslan inombords. Dock är Anna väl medveten om att de känslor hon utåt sett visar i situationen inte uppfattas som trevliga. Vilket genom Goffman (2014:31) kan förstås som en avsaknad av överensstämmelse mellan uppträdande och mané. Där Annas mané visas i form av att bestämt be kunden att flytta sig samtidigt som hon visar riktning med handen som leder till en hänvisning om att den roll hon tänker ta in interaktionen är att det är hon som bestämmer. För Anna handlar det snarare om en markering till kunden om att visa respekt för såväl sina medresenärer som hennes yrkesroll vilket förstärks genom hennes mané som i det här fallet kan ses som ett expressivt förhållningssätt.

5.4.3 Dolda strategier

De dolda strategierna karaktäriseras av att kunden inte blir direkt uppmärksammas om dennes normbrytande beteende. Det kan å ena sidan handla om att inte aktivt lyssna på kunden och å andra sidan att markera att beteendet inte är okej då kunden blir medveten om det först i efterhand eller inte alls. Gemensamt för de dolda strategierna är att personen som utför dem fortfarande levererar ett leende.

Ett annat återkommande tema när det gäller normbrytande kunder är de som upplevs som otrevliga bara för att. Sådana kunder kan exempelvis komma med påpekanden och klagomål om saker som egentligen inte är några problem. Sofia berättade om en kund som på plattformen kom fram och för att säga att vattnet i handfatet på en toalett inte fungerade och att detta var bedrövligt dåligt, vilket Sofia aldrig fick en chans att bemöta eftersom kunden lika snabbt som hen sagt det gick iväg. Detta hade exempelvis kunnat tas upp på tåget då det fanns en chans att åtgärda problemet men kunden i fråga upplevdes komma med en onödigt kommentar bara för att. ”Såna som kanske inte mår så bra i själen om man tänker och som tar ut det genom att kanske vara lite otrevliga” (Christer). I citatet reflekterar Christer kring bakgrunden till varför denna kategori av normbrytande kunder beter sig som de gör vilket han förklarar med att de förmodligen inte mår bra, vilket vidare kan tolkas som att det för honom bidrar till förståelse och tålmod vid sådana möten. Vidare berättar han om hur han vid den typen av kundmöten aktivt arbetar för hålla situationen på en behaglig nivå:

”... Att inte nödvändigtvis ställa sig och försöka argumentera emot, för det kommer bara trigga upp dom ännu mer, utan bara stå där och så, få lite såhär en mental bild i huvudet att jag är lite som en sten och låter grejer rinna över en. Så får de prata sig trötta och sen säga saker och ting som det är och ibland kanske de inte blir glada av att höra det. Men då får det väl vara så då, om det är något allvarligt får man väl bryska upp sig lite och säga till på skarpen...” (Christer)

I citatet ovan berättar Christer om hur han kan låta kunden prata sig trött utan att han själv säger emot medan han mentalt ser sig själv som en sten där han låter kundens otrevliga utåtagerande passerar honom samtidigt som han uppvisar ett yttre av lugn. Vilket kan förstås som att han fokuserar på själva uttrycket i sig framför sin egen upplevelse av situationen. Han visualiserar således något för att framkalla ett lugn där han utåt sett kan visa en känsla som inte överensstämmer med hur han egentligen känner.

Genom Hochschild (2003:37f) kan Christers agerande förstås som ett ytligt emotionellt agerande till följd av att det som visas utåt inte överensstämmer med det som känns inombords. Ett annat sätt att framkalla känslor på är genom ett kognitivt förhållningssätt, som innebär att personen försöker skapa en upplevelse med hjälp av tankar eller bilder (Hochschild 1990, refererad i Stets & Turner 2007:125). Den stenmetafor Christer använder sig av för att kunna uppvisa ett lugn kan därför översättas till ett kognitivt förhållningssätt och utlåtandet kan sammanfattningsvis förstås som ett ytligt emotionellt agerande med ett kognitivt förhållningssätt.

Intervjupersonerna berättar också om kunder som på olika sätt uttalar sig nedlåtande mot dem. En berättar om en kund som kallade henne för inkompetent i samband med att kunden själv inte förmådde sig att öppna dörren och kliva av ett tåg som stått på en station i flera minuter vilket ledde till att kunden fick följa med till nästa station. Vidare är ett återkommande tema att bokningsnumren för otrevliga resenärer brukar sparas för att sedan rapporteras vidare till avdelningen som tar emot klagomål eller hanterar reklamationer eller till närmsta chef. Syfte med detta kan ses som att personerna å ena sidan inte skall få medhåll för sina klagomål eller ekonomisk ersättning å andra sidan blir detta en form av markering för att värna om sin yrkesroll. My berättar om en situation då tåget var försenat och en kund viskade, tillräckligt högt för att det skulle höras, till sin medresenär att personalen endast var där för ett serva dem då hon tog till denna strategi.

”Om de är så här otrevliga, så kan jag bara gå förbi och le... Jag bara tog biljettnumret, ringde in, sen visste jag att de skulle inte få tillbaka en krona, inga pengar för egen taxi. Det är en sån grej, då kan jag släppa det liksom.” (My)

I citatet berättar My om hur hon ringde in och berättade om det nedlåtande bemötanden hon fått av en kund för att eliminera dennes chans till ersättning vilket för henne leder till en vetskap som gör att hon trots bemötandet kan gå förbi med ett leende på läpparna. I linje med Christers stenmetafor kan även detta utlåtande förstås som ett ytligt emotionellt agerande med ett kognitivt förhållningssätt. Detta genom att My fokuserar på att skapa sig en upplevelse av att kunden inte kommer få någon ersättning vilket leder till att hon kan fortsätta att visa ett glatt yttre mot kunden.

Det ytliga emotionella agerandet innebär dock att personen uttrycker en känsla som denne inte upplever (Hochschild 2003:37). På så sätt kan utlåtandet å andra sidan ses som ett djupt emotionellt agerande. Detta genom att förstå det som en fokusering på Mys egen upplevelse av situationen. Hon uttrycker det som att detta är något som kan få henne att släppa situationen och ändå gå förbi personen med ett leende. Vilket kan tolkas som att det är viktigt att det som

visas utåt överensstämmer med hur det känns inombords vilket hon, genom ett kognitivt förhållningssätt, framkallar genom att skapa sig en upplevelse om att kunden inte kommer få någon ersättning. Denna strategi med att rapportera in kundens otrevliga bemötande kan således skapa en emotionell upplevelse där leendet som presenteras är genuint genom att det överensstämmer med känslan inombords.

Vidare berättar intervjupersonerna om kunder som de beskriver som att de saknar eget ansvar eller har en översittarattityd, sådana som exempelvis förväntar sig att personalen skall bära deras väskor och hotar med att kontakta chefen om de upplever sig bli dåligt bemötta. My berättar om en kund som har ett årskort som gäller i första klass på företaget. Det enda som krävs av kunden är att denne bokar en sittplats, vilket inte kostar något extra utan fungerar som en försäkring om att få en plats. På morgonavgångar ingår också frukost som lastas på innan avgång, där det lastas på till de som har bokat. Kunden ifråga har hamnat i diskussioner med flera kollegor än bara My och har därför flertalet gånger blivit informerad om att hen behöver boka en sittplats vilket uppenbarligen inte respekteras. Detta kan förstås genom att My och kollegorna många gånger förmodligen ordnar en plats i första klass trots allt och från kundens perspektiv är denne ändå nöjd. Situationen My berättar om är en morgonavgång där det som nämnt ingår frukost. Hon är också medveten om att en kollega har haft samma sittplatsdiskussion med kunden bara veckan innan och kunden har flera gånger hotat med att kontakta företagets vd, My gör därför en dold markering om beteendet inte är okej.

”Men jag stod på mig och [hen] visa kortet liksom, och jag bara: har du bokat sittplats? Nej det var fullt, jag hade en frukost kvar som jag gömde bakom mjölken, tyvärr vi har frukost till de som har bokat. Kan jag få kaffe? Absolut!” (My)

I citatet berättar My om hur hon i kundmötet informerar om att det endast finns frukost till de som bokat, vilket kunden inte har och rättfärdigar detta genom att gömma den extra frukosten. Samtidigt är hon artig och ger kunden kaffe när denne ber om det. Från kundens perspektiv kan detta upplevas som att denne har sig själv att skylla. Tågvärden förklarar varför hen inte får någon frukost och får samtidigt en kopp kaffe vilket ändå kan upplevas som ett trevligt bemötande. Vad kunden inte vet är dock att det finns med extra frukost på tåget. Från Mys perspektiv kan detta rimligtvis upplevas som en handling som värnar om att hennes yrkesroll skall respekteras. Hon markerar att hon inte accepterar vilket bemötande som helst och att kunden har gjort fel utan att denne är medveten om markeringen. Precis som citatet innan, med att rapportera in kunder, så visar även denna utsaga på vikten av att de känslor som visas rimmar med de som upplevs inombords vilket kan tolkas som djupt emotionellt agerande. För att framkalla att en

äkta känsla i det här fallet lurar My kunden vilket kan förstås som en variant av ett kognitivt förhållningssätt till följd av att hon skapar sig en upplevelse av att hon genom att gömma frukosten lär kunden att till nästa gång boka en sittplats.

5.4.4 Strategier som förhållningssätt till det emotionella arbetet

De strategier som beskrivits ovan i form av öppna och dolda för att förhålla sig till kunder som bryter mot resenärsnormen handlar om hur intervjupersonerna förhåller sig till det emotionella arbetet. Det framkommer som tydligt att de egna känslorna samt att yrkesrollen respekteras värderas högre än att anpassningen till kundens förväntningar då dessa krockar med yrkesrollen. Det framkommer också som viktigt att det finns en överensstämmelse mellan det som känns inombords och det som visas utåt, det ytliga emotionella agerandet är således inte lika tydligt som det djupa.

Detta kan ses överensstämma med Hochschilds (2003:187) tredje förhållningssätt till det emotionella arbetet. Vilket innebär en tydlig särskiljning mellan yrkesrollen och den privata rollen där personen inte känner något dåligt samvete över det utan har en positiv inställning till arbetets skådespelarkrav. Intervjupersonerna beskriver hur rollen innebär att vara bland annat glad, trevlig och hjälpsam samt att det ingår att förmedla något som skänker kunden en positiv känsla, vilket inte alla gånger kommer naturligt utan kan behöva framkallas på olika sätt. Denna medvetenhet om anpassningen efter vad som förväntas av rollen torde innebära att intervjupersonerna kan skilja mellan de båda rollerna. Beroende på om kunden förhåller sig eller avviker från resenärsnormen ser intervjupersonernas skådespel olika ut. Förhåller sig kunden till normen visas skådespelet genom att de levererar vad som förväntas av yrkesrollen och förhåller sig till rådande känsloregler. Avviker kunden från resenärsnormen anpassas skådespelet efter öppna eller dolda strategier för att värna om de egna känslorna samt sin yrkesroll. De har således hittat strategier för vad som fungerar för dem vid olika kundmöten för att de skall må bra och kunna förhålla sig till det emotionella arbetet.

Hochschild (a.a.:187) menar att det alltid finns en potentiell risk för överansträngning för personer som arbetar med emotionellt arbete vilket kan minskas om de anställda upplever sig ha kontroll över sin arbetssituation. Vidare menar Hochschild (a.a.:189) att ju större möjligheter den enskilde har när det gäller att påverka det emotionella arbetet desto mindre är risken för att personen endera överanstränger sig och blir utbränd eller mentalt avlägsnar sig från sitt arbete och mår dåligt av den anledningen.

Mot bakgrund av vad som beskrivits ovan, där intervjupersonerna refererar till att de är chef på de tåg som de arbetar på samt att de vågar ta till dessa strategier för att markera för kunden då denne inte följer resenärsnormen till förmån för de egna känslorna samt respekt för yrkesrollen kan förstås som en kontroll över arbetssituationen. Detta innebär rimligtvis att det även finns utrymme att påverka det emotionella arbetet. Genom Hochschild (a.a.:189) kan ovan tolkas som att risken för överansträngning är liten. Detta kan också bekräfta den uppfattning jag fick under intervjuerna genom den glädje som intervjupersonerna uttryckte sig känna till sina arbeten. Där jag inte uppmärksammade utbrändhet som någon påtaglig risk.

I motsats till Leppänen och Sellerbergs (2010:68) studie som bland annat visar på hur cheferna ibland tar kundens parti vid konflikter mellan anställd och kund, vilket rimligtvis kan leda till en uppfattning om att utrymmet för att påverka det emotionella arbetet är litet. Så kan det utrymme som intervjupersonerna för den här undersökningen upplever också ses vila på en tillit till företaget. Ingen av intervjupersonerna uttrycker oro för någon form av sanktion i de fall då en känsla som inte överensstämmer med känsloreglerna uppvisats. Detta kan istället, i vissa fall, legitimeras genom att rapportera in händelsen till sin närmsta chef, men det finns fortfarande en trygghet i att företaget kommer att ta ens parti. I de fall som sådana händelser inte rapporteras så görs det av samma anledning, en tillit till företaget, där intervjupersonerna förlitar sig på att deras chef kommer att be om deras version samt ta deras parti om det av en händelse skulle komma ett kundklagomål.

6 Sammanfattning och slutdiskussion

Syftet med den här undersökningen har varit att skapa en förståelse för hur ett antal tågvärdar upplever sitt arbete i förhållande till de känslor, roller och relationer som omger dem. Detta har jag försökt att besvara genom fyra kvalitativa intervjuer som analyserats med emotions- och interaktionsinriktade teorier.

Undersökningen bygger på hur jag har upplevt och tolkat de deltagande intervjupersonerna, det är möjligt att detta sett från någon annans perspektiv skulle generera ett annat resultat. Jag har därför genomgående försökt att vara tydlig med att dels presentera hur jag metodologiskt har gått till väga men också genom att försöka att på ett tydligt sätt skilja mellan vad det är intervjupersonerna har sagt och vad som är min tolkning av detta. Detta har sedan analyserats med teorier och i vissa fall förankrats i tidigare forskning för att ges en rimlig förklaring.

Resultatet visar på att känslor är något centralt i arbetet där intervjupersonerna upplever sig spela en roll som anpassas efter kundens förväntningar vilket i undersökningen har liknats med att de följer känsloregler i sitt dagliga arbete. Resultatet visar också på ett det finns ett stort utrymme att på olika sätt påverka det emotionella arbetet. I vissa fall kommer kunden med förväntningar som krockar med yrkesrollen vilket har liknats med att avvika från en resenärsnorm. I de fall kunden avviker kan en konflikt mellan hur man vet att man bör agera och hur man faktiskt vill agera uppstå. Här har det framkommit som centralt att det är viktigt att det finns en överensstämmelse mellan det som känns inombords och det som visas utåt, det ytliga emotionella agerandet har således inte varit lika framträdande som det djupa. Det har även framkommit som viktigt att värna om de egna känslorna samt respekten för yrkesrollen som i de flesta fall väger mer än anpassningen efter kundens förväntningar. För att förhålla sig till det emotionella arbetet vid besvärliga kundmöten till förmån för de egna känslorna har därför olika strategier i form av öppna och dolda beskrivits. Resultatet visar också på hur kollegorna och möjligheten till regionsbyte för att kunna ventileras besvärliga kundmöten är viktiga faktorer när det gäller att förhålla sig till det emotionella arbetet.

En intressant iakttagelse som jag under intervjutillfällena inte har kunnat undgå att reflektera kring är den glädje intervjupersonerna känner inför sina arbeten där ingen av dem skulle byta, med det enda undantaget om ett annat arbete skulle innebära förmånligare arbetstider. Hur kunderna under intervjuerna kunde beskrivas som att de är direkt elaka vilket måste ventileras med kollegor för att kunna släppas samtidigt som kundmötena också beskrivs som något av charmen med arbetet.

Detta har varit intressant mot bakgrund av alla de forskningsrapporter och avhandlingar som har lästs inför arbetet där, utan att påstå att jag har läst allt, majoriteten har visat på negativa konsekvenser av det emotionella arbetet. Där kravet om att förmedla positiva känslor som inte alltid överensstämmer med det som känns inombords många gånger beskrivs som överväldigande och resulterar i utbrändhet. Negativa konsekvenser finns det som nämnt alltid en potentiell risk för inom emotionellt arbete och dessa kan skapas av bristen på kontroll och möjligheter att kunna påverka arbetet. Alla de faktorer som beskrevs ovan i sammanfattningen av resultatet är sådant som skapar möjligheter att påverka det emotionella arbetet. Det har därför varit intressant att kunna uppvisa en, vad jag menar är, positiv bild.

Detta är också något som jag menar kan förstås genom en förmåga att kunna fokusera på det positiva framför det negativa vilket således kan innebära att man har rätt inställning till arbetet. När det gäller rätt inställning till arbetet menar jag att den faktorn som innebär tillit till företaget är den mest betydelsefulla. Detta eftersom den tillåter en prioritering av sitt egna välmående trots vetskapen om att företaget på ett vis betalar för att vissa emotionella uttryck skall förmedlas. Detta förstår jag som att de emotionella kraven inte ses som krav i den bemärkelsen att det är ett villkor eller en förutsättning för att få behålla arbetet. Vilket jag vidare menar att kan grunda sig i en vetskap om att även företaget värderar ens välmående högre än att de rätta emotionella uttrycken skall uppvisas i alla lägen.

En annan intressant fundering är hur materialet hade påverkats av en större spridning i ålder och anställningsår. Även om åldersspannet 30-60 är stort så hade två av intervjupersonerna arbetat på företaget mellan 20-35 år medan övriga hade arbetat runt fem år och kom från andra arbeten. Om mina intervjupersoner hade varit en generationen yngre och kanske haft tågvärdsyrket som sitt första arbete, skulle då dessa strategier för att värna om det egna välmåendet vara lika framträdande? Skulle utrymmet för att påverka det emotionella arbetet upplevas lika stort?

6.1 Metoddiskussion

Till följd av att den här undersökningens syfte har varit att skapa en förståelse för hur ett antal tågvårdar upplever sitt arbete i förhållande till de känslor, roller och relationer som omger dem har valet av en kvalitativ metod fungerat bra för att samla in material. I efterhand ser jag dock hur observationer som komplement hade kunnat berika undersökningen och även stärka dess trovärdighet. Detta genom att observationer skulle ge mig möjlighet att ta del av autentiska möten för att studera hur dessa hanteras till skillnad mot nu då jag har undersökt hur de säger att de hanteras. Det skulle också leda till att jag skulle få ta del av vardagliga problem som

intervjupersonerna kanske inte tänker på annars och ställa frågor kring dem. Kundmötena i den här undersökningen är sådana som på ett eller annat sätt etsat sig fast hos intervjupersonerna, vilket såklart också har varit intressant. En kombination hade dock kunnat bidra till en fördjupad förståelse för det emotionella arbetet.

Hade jag istället valt kvantitativ metod skulle undersökningen rimligtvis få en större bredd. Det hade på så sätt varit intressant att se om strategier för att förhålla sig till besvärliga kunder hade varit lika framträdande om jag hade ett större urval. Dock ser jag det som svårt att formulera frågor som skulle ringa in fenomenet på samma sätt då jag ser möjligheten till att ha kunnat följa upp intervjupersonerna med följdfrågor för att fånga deras upplevelser som en stor tillgång under den här undersökningen.

Mot bakgrund av att undersökningens resultat bygger på enbart fyra intervjuer är risken för att resultatet är situationsbundet stor och möjligheterna till att kunna generalisera är små. Trots tydliga mönster i intervjuerna så hade detta givetvis kunnat kompletteras med ytterligare intervjuer. I relation till tidigare forskning finns dock vissa likheter vilka jag har försökt att lyfta fram. Exempelvis hur intervjupersonerna förhåller sig olika till kunder genom att kategorisera dem som olika typer av kunder eller behovet av regionsbyte där kundmöten kan ventileras. Utan att ha någon ambition till att generalisera resultatet menar jag med detta att det ändå kan vara rimligt att tro att flera kan ha liknande erfarenheter utan att säga att det är generellt för tågvärdar.

Jag menar också att undersökningen bidrar med en informativ beskrivning av hur det emotionella arbetet kan upplevas utifrån ett tågvärdsperspektiv och resultatet skulle kunna bilda en grund för fortsatta undersökningar inom området. Där urvalet skulle kunna anpassas mer efter ålder, kön och anställningsår för att få en bredare förståelse, exempelvis genom en större kvantitativ enkätundersökning med ett större urval där resultatet skulle kunna generaliseras.

6.2 Framtida forskning

I framtiden skulle det vara intressant att göra en liknande undersökning och koppla den till organisationen i sin helhet för att få flera infallsvinklar på det arbete som utförs. Vad händer med de rapporter som de anställda skickar in om besvärliga kundmöten? Hur arbetar företaget med att göra personalen medveten om hur deras känslouttryck påverkar kunden? Det skulle också kunna göras en större undersökning där upplevelsen av arbetet jämförs i förhållande till anställningsår eller kanske från ett genusperspektiv. Det kunde också vara intressant att ta in kunders synpunkter för att få ta del av deras tankar kring tågvärdens bemötande och vad det går att förvänta sig. Sammanfattningsvis går tågvärdens emotioner i arbetet att studera vidare.

7 Referenslista

Tryckta källor

- Collins, Randall (2004). *Interaction Ritual Chains*. Princeton University Press: Oxfordshire
- Dahlgren, Lars & Starrin, Bengt (2004). *Emotioner i vardagsliv och samhälle*. Liber: Malmö
- Giddens, Anthony (2007). *Sociologi*. Studentlitteratur: Lund
- Goffman, Erving (2014). *Jaget och maskerna*. Studentlitteratur: Lund
- Gustavsson, Bengt Ove (1998). *Det goda tjänstearbetet - förutsättningar för arbetstillfredsställelse i kundintensivt tjänstearbete*. Högskoletryckeriet: Karlstad
- Hochschild, Arlie Russell (2003). *The managed heart - commercialization of human feeling*. California of California Press: University Berkeley
- Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur: Lund
- Lantz, Annika (2013). *Intervjumethodik*. Studentlitteratur: Lund
- Miles, Matthew B & Huberman, A Michael (1994). *Qualitative Data Analysis*. SAGE: Thousand Oaks
- Olsson, Eva (2008). *Emotioner i arbete- en studie av vårdarbetares upplevelser av arbetsmiljö och arbetsvillkor*. Diss. Karlstads universitet. Universitetstryckeriet: Karlstad
- Olsson, Henny & Sörensen, Stefan (2011). *Forskningsprocessen*. Liber AB: Stockholm
- Patel, Runa & Davidson, Bo (2011). *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur: Lund
- Persson, Anders (2012). *Ritualisering och sårbarhet - ansikte mot ansikte med Goffmans perspektiv på social interaktion*. Liber: Malmö
- Stets, Jan & Turner, Jonathan H (2007). *Handbook of the Sociology of Emotions*. Springer: Dordrecht
- Trost, Jan (1997). *Kvalitativa intervjuer*. Studentlitteratur: Lund
- Wettergren, Åsa (2013). *Emotionssociologi*. Gleerups Utbildning: Malmö

Nätbaserat

Abiala, Kristina (2000). *Säljande samspel - en sociologisk studie av privat servicearbete*. Diss. Stockholms universitet. Almqvist & Wiksell International: Stockholm.

<https://pubs.sub.su.se/1012.pdf> (hämtad 17-05-18)

Hobbins, Jennifer & Holth, Line (2008). *Idag blir man ju inte lärare för lönens skull - en studie om känslöarbete*. Magisteruppsats, fakulteten för ekonomi, kommunikation och IT. Karlstad: Karlstads universitet

<http://kau.diva-portal.org/smash/get/diva2:114291/FULLTEXT01.pdf> (hämtad 17-05-18)

Huzell, Henrietta & Lundberg, Helena (2010). *Jag är en levande skyltdocka - handelsanställdas upplevelser av estetiska krav*. (Forskningsrapport 2010:6) Stockholm: Handels utvecklingsråd. ISBN: 978-91-86508-06-7

<http://handelsradet.se/wp-content/uploads/2016/01/2010-6-Jag-ar-en-levande-skyldocka.pdf>

(hämtad 17-05-18)

Leppänen, Vesa & Ann-Marie, Sellerberg (2010). *Besvärliga kundbeteenden*. (Forskningsrapport 2010:5) Stockholm: Handels utvecklingsråd. ISBN: 978-91-86508-05-0

<http://handelsradet.se/wp-content/uploads/2016/01/2010-5-Besvarliga-kundbeteenden.pdf>

(hämtad 17-05-18)

8 Bilagor

8.1 Intervjuguide

Frågeguide

Den här undersökningen är den del i mitt examensarbete i sociologi. Jag kommer att genomföra cirka fem intervjuer med medarbetare på samma företag som du. Det övergripande syftet är att beskriva förhållningssättet till det emotionella arbetet. Detta genom att upptäcka och utforska mönster i de olika intervjuerna och vill därför ta del av hur du ser på saken.

Intervjun kommer att skrivas ut ordagrant för att jag lättare skall kunna analysera den, därför kommer jag, om det är okej för dig, att spela in. Det är enbart för min egen skull och ljudfilen kommer att raderas så fort uppsatsen är godkänd. I uppsatsen kommer du att avpersonifieras och det kommer inte någonstans att framkomma vilket tågbolag undersökningen är gjord på.

Känns det okej för dig?

Bakgrund

Kan du berätta lite om dig själv?

- Hur gammal är du?
- Hur länge har du jobbat på företaget?
- Hur du haft olika befattningar? Om ja: Vilka, hur länge har du arbetat som tågvärd?

Bilden av företaget

Kan du berätta om hur det kommer sig att du började jobba här? Varför sökte du?

- Varför tror du att du har jobbat här så länge? / Tror du att du kommer stanna här länge?
- Vad krävs för att du skall stanna? (*arbetsuppgifter, kolleger, kundmöte, utveckling*)
- Vad skulle få dig att söka nytt jobb? (*någon specifik händelse, kundrelaterat...*)

Vad brukar folk säga när du berättar att du jobbar här? Vad säger du då?

Om du genom en lottovinst blev ekonomiskt oberoende, hur skulle du tänka kring din anställning då?

Skulle du arbeta kvar? Varför? Om ja: I samma utsträckning?

Vad skulle du säga är det bästa med ditt jobb?

- Vad motiverar dig i ditt arbete? (*glädje, utveckling, kolleger, lön*)

Vad skulle du säga att är det sämsta?

Roller

Hur skulle du beskriva ditt jobb som socialt? (*kolleger, resenärer...*)

Hur tycker du att man skall vara för att kunna jobba som tågvärd?

- Vilka egenskaper eller kvalifikationer anser du viktiga? (*personlighet, utseende, åsikter...*)

Hur känner du dig när du tar på dig din arbetsuniform? (*går in i rollen som tågvärd/ inget*)

- Skulle du säga att du träder in i en roll då du är på jobbet?
- Hur skulle du beskriva den? Hur mycket av företaget representerar rollen och hur mycket återspeglas av dig själv?
- Bemöter du personer på samma sätt utanför jobbet som du gör när du jobbar?
- Hur upplever du dig bli bemött om du har uniformen på dig och exempelvis går på stan eller äter lunch ute? (*offentliga situationer som inte är på tåg*)
- Åker du till och från jobbet i uniform/ Byter du om på jobbet? Varför?

Hur skulle du beskriva en bra chef?

- Hur skulle du beskriva din relation till din närmsta chef? (*vänskaplig/professionell*)
- Genom att du arbetar oregelbundna tider och din chef förmodligen arbetar kontorstider, hur ofta träffar du hen? Hur ofta har ni kontakt?
- Hur tänker du kring det?
- I vilka situationer tar närmsta chefen kontakt med dig?
- I vilka situationer tar du själv kontakt med hen?

Vilka förväntningar tror du att din närmsta chef har på dig i din roll som tågvärd?

- Finns det regler för hur man rent servicemässigt skall bete sig? Hur förhåller du dig till dessa?
- Hur skulle man kunna missköta sig? Vad tror du händer då?
- Hur kan din chef kontrollera att du ”sköter dig”?

Kundernas betydelse

Vilka förväntningar upplever du att resenärer har på tågvärdar, rent generellt?

- Hur förhåller du dig till det/ hur arbetar du för en bra kundrelation?
- Hur tror du resenärer på de tåg du arbetar på upplever dig?
- Tror du att du upplevs så privat också?

Hur skulle du beskriva en helt ”vanlig” resenär? Vilken är den bästa sorten?

Kan du berätta om lite olika resenärer som du kan möta på en dag, några karaktärer som ”sticker ut”? (*arga, glada förväntansfulla, stökiga?*)

- Hur skulle du beskriva att dessa bemöter dig i din roll som tågvärd?
- I en roll där du förväntas vara ... (?), hur bemöter du detta tillbaka?

Hur känner du dig efter att du har mött en riktigt glad och positiv resenär?

Kan du berätta om en resenär som har bemött dig men en taskig/otrevlig attityd?

- Hur bemötte du hen?
- Om du skulle möta tio sådana personer på rad, tror du att du fortfarande hade agerat på samma sätt? (vart går gränsen)
- Hur känner du dig efter att ha mött sådana resenär? Hur påverkar det dig?
- Om du har mött en sådan resenär (någon som påverkar ditt välmående) pratar du med någon om det? Vem?
- Hur viktiga är dina kolleger när det gäller den typen av problem?
- Brukar ni diskutera resenärer? (*alla sorter*) Kan du prata av dig med dem? Får du stöd av dem?

Om en resenär av olika anledningar saknar biljett, hur gör du då? (*beror det på resenärens attityd/ Agerar alltid lika*)

Hur känner du inför en arbetsdag?

Kan du beskriva vad en helt vanlig arbetsdag? När allt går som det skall.

- När är du på jobbet?
- Arbetar du ofta själv eller är ni i team? Om team: Känner du ofta de du skall jobba med/ är det ofta nya ansikten? Är det vanligtvis från samma station som du/ Är det vanligtvis kolleger från andra stationer?
- Hur känner du inför det?

Hur känner du efter en sådan arbetsdag?

Kan du berätta om en gång då det gått riktigt snett, med trafikstörningar exempelvis?

- Arbetade du då själv eller med andra? Hur hanterade du/ni situationen?
- Hur hade du önskat att det hanterats?

Hur känner du dig efter en sådan arbetsdag?

Interaktionen

Brukar ni ha aktiviteter utanför jobbet? Så som after works, friskvårdsaktiviteter osv.

- Brukar du delta? Vem är det som styr upp sådant?
- Är det blandat från olika nivåer i företaget? Har ni tågvärdar egna aktiviteter ibland?

Vad innebär samarbete för dig?

- Vad underlättar samarbete? Finns det några hinder, om ja: vilka?
- På vilket sätt tycker du att man samarbetar på din arbetsplats?

Om du tänker på när du är på kontoret tillsammans med övriga tågvärddar och chefer osv, hur skulle du beskriva arbetsklimatet där? / Relation till kollegor?

Hur skulle du beskriva arbetsklimatet när du sedan jobbar ombord på tåget?

- Skulle du säga att det är samma eller skiljer det sig? På vilket sätt?

Skulle du säga att man betar sig annorlunda då man är på kontoret jämfört med när man är på tåget och rör sig bland resenärer? (*där chefen inte är med*)

- På vilket sätt då? (*hur är man på kontoret och hur är man på tåget*)

Avslutning

Det var allt jag hade, är det något som du känner att du vill tillägga?