

Mälardalens högskola  
Akademin för hållbar samhälls- och teknikutveckling

# Kommer erfarenheten alltid med åldern?

En studie om SJ anställdas emotionella arbete.

Therése Carlsson & Jennie Sjöström

C-uppsats i psykologi, HT 2008  
Handledare: Anna-Christina Blomkvist  
Examinator: Jakob Eklund

# Kommer erfarenheten alltid med åldern? En studie om SJ anställdas emotionella arbete. Therése Carlsson & Jennie Sjöström

Tidigare forskning har fokuserat på emotionellt arbete i form av bland annat "surface och deep acting", emotionell dissonans och kundinteraktioner. Denna studie ämnade besvara frågeställningen: Har ålder respektive yrkeserfarenhet samband med en SJ AB anställds grad av emotionellt arbete i kundkontakter? Urvalet bestod av 65 anställda från ett flertal SJ Resebutiker i Sverige. Resultat visade att äldre anställda och anställda med längre yrkeserfarenhet hade ett starkare samband med krav och välmående på arbetet. Detta visar att det alltså är de som klarar emotionellt arbete bättre. I denna studie hade rollagerande en stor betydelse för de anställda. En kvalitativ studie skulle eventuellt kunna ge ett annorlunda och mer komplext resultat mot vad denna kvantitativa studie gjort.

*Key words: emotional labor, emotional work, work experience, age, service work.*

## Inledning

Föreliggande studie handlar om serviceanställdas hantering av sina emotioner gentemot kunder. "Kunden har alltid rätt"<sup>1</sup> är ett uttryck som ofta förknippas med serviceyrken, men i vissa kundkontakter är det snarare motsatsen som gäller (Grandey, Dickter och Sin, 2004). Serviceinteraktioner kan ofta präglas av aggressivitet och frustration från kundens sida, vilket gör det svårt för en serviceanställd att utföra sitt dagliga arbete. Då gäller det att den anställda har en utgångspunkt i att acceptera kunden och dennes synpunkter, oavsett vad som anses vara rätt och fel, och även går in med inställningen att varje kund är intressant, och att den bör mötas med inlevelse och respekt (Hallström, 1984; Naessén, 1994; Nyström & Wallén, 2002). Det är viktigt att den anställda visar sitt engagemang i kunden genom aktivt lyssnande och genom att visa empati (Hallström, 1992; Naessén, 1994). Därför är den emotionella kompetensen viktig för en serviceanställd, vilket innebär att den anställda bland annat har en god självkänedom, god kontroll över sina egna känslor samt färdigheter i kundservice (Hallström, 1984; Nyström & Wallén, 2002).

### *Emotionellt arbete*

Något som har uppmärksammats mer och mer och som har fått ökat intresse är en viss del av den serviceanställdes yrkesvardag, nämligen emotionellt arbete, en term grundad av sociologen Arlie Hochschild (1983) i hennes bok *The Managed Heart*. I samband med sin grundlära om emotionellt arbete, skriver hon att det gäller för den anställda att försöka upprätthålla ett särskilt emotionellt uttryck och producera en emotionell stämning hos en annan person. Detta innebär till exempel att den anställda bör visa upp ett leende och en positiv attityd som gör att kunden känner sig väl till mods. Det har nämnts tre former av emotionellt arbete, där den första är *kognitivt emotionellt arbete*, som innebär att en person försöker förändra bilder, idéer eller tankar för att omvandla en känsla som är associerad med dessa. Den andra formen är *kroppsligt emotionellt arbete*, då en person försöker ändra somatiska eller andra fysiska symtom som visar hur denne känner (till exempel att försöka andas långsammare, eller att försöka sluta skaka). Den tredje formen är *expressivt emotionellt*

---

<sup>1</sup> Ca 327 000 träffar på [www.google.se](http://www.google.se)

*arbete*, då en person försöker förändra sina ansiktsuttryck och gester för att förändra en inre känsla (till exempel att försöka le eller vara allvarlig) (Hochschild, 1979). För serviceanställda handlar det framför allt om att kontrollera sitt kroppsliga och expressiva emotionella arbete, eftersom de behöver visa upp ett visst yttre som stämmer överens med deras yrkesroll (Pugh, 2001). I denna studie definieras emotionellt arbete som att en serviceanställd anpassar sina känslor så att dessa passar kundinteraktionen utan att använda sig av rollspelande. Anpassningen sker genom hur väl den anställde kan behärska sig, hur tillfredsställd denne är och har kontroll över sitt arbete samt stödet denne får från arbetsmiljön. Som mått på hur väl denna anpassning fungerar används här de anställdas välmående.

### *Emotionell dissonans*

Personer anställda inom serviceyrken blir ofta tvungna att agera som de måste, inte som de känner, eftersom deras agerande får konsekvenser för den organisation de arbetar för (Pugh, 2001). De anställda måste hantera och anpassa sina känslor, som en del av sin yrkesroll, så att de passar organisationens uppföranderegler (Grandey, 2000; Morris & Feldman, 1997). De anställda förväntas visa upp vänlighet, empati och glädje, vilket oftast visas upp spontant (Heuven, Bakker, Schaufeli & Huisman, 2006). Dock kan serviceanställda ibland vara tvungna att trycka undan känslor som inte passar in i en situation, eller ta fram känslor som de egentligen inte känner (Heuven et al., 2006). Detta kallas för emotionell dissonans, det vill säga när känslan den anställde visar utåt inte stämmer överens med den känsla han/hon känner inombords (Ashforth & Humphrey, 1993; Hochschild, 1983; Morris & Feldman, 1996, 1997; Rafaeli & Sutton, 1987; Seymour & Sandiford, 2005; Zapf & Holz, 2006). Denna känsla ökar stressen (Rafaeli & Sutton, 1987; Zapf & Holz, 2006) och den emotionella utmattningen hos serviceanställda, med en lägre jobbtillfredsställelse som följd (Morris & Feldman, 1996, 1997). Dock verkar ändå emotionell dissonans vara den vanligaste strategin om serviceanställda vill ta hand om en kund fastän de inte känner de känslor som borde uppvisas.

Regleringen av känslor har alltså en central roll i yrket för anställda inom service, även i obehagliga situationer (Zapf & Holz, 2006). Det kan vara en fördel om de serviceanställda blir emotionellt fästa vid kunderna, då detta minskar den emotionella dissonansen (Kruml & Geddes, 2000). Vid korta kundmöten hinner dock de anställda oftast inte fästa sig på detta sätt vid kunderna och då är det viktigt att cheferna hittar andra sätt för de anställda att reducera sin emotionella dissonans, till exempel genom att låta de anställda delta i rollspel där de bättre kan förstå och relatera till kunderna (Kruml & Geddes, 2000). Anställda kan lära sig hur de ska hantera sina emotioner och hur de bör uppvisa sina känslor i både kundkontakter och i relation till medarbetarna, vilket i kombination kan leda till en god och entusiastisk stämning mellan säljperson och omgivning (Rafaeli & Sutton, 1987). Motsatsen till emotionell dissonans kan uppstå när uttryckta känslor och lokala normer kolliderar med varandra, då anställda visar sina inre känslor men ignorerar de känsloregler som finns (Rafaeli & Sutton, 1987).

### *Uppföranderegler (emotionell smitta)*

Organisationer har, för att förbättra sina resultat, både underförstådda och tydliga uppföranderegler som styr hur de anställda uttrycker sina emotioner för att försöka påverka kunders känslor, attityder och beteenden (Martínez-Iñigo, Totterdell, Alcover & Holman 2007). Kunder kan lätt ”smittas”, och hamna i samma stämningsläge, som den anställde, om denne har en positiv attityd (Luong, 2005; Mattila, Grandey & Fisk, 2003; Pugh, 2001). Därför är inte bara en positiv attityd hos den anställde något som kunden förväntar sig vara en del av servicen, utan det kan även förändra kundens stämningsläge, vilket är mycket

betydelsefullt. Om kunden upplever en högre grad av vänlighet och tillfredsställelse hos den anställde så blir alltså denne mer positiv i sin respons (George, 1998; Martínez-Iñigo et al., 2007). Det är dock viktigt att poängtera att det inte bara är kunden som blir påverkad av den serviceanstälde, utan denne kan i sin tur också ofta bli "smittad" av kundens stämningsläge i en kundkontakt. Denna "smitta" mellan serviceanställd och kund kallas ibland för emotional contagion, det vill säga emotionell smitta (Dallimore, Sparks & Butcher, 2007; Pugh, 2001; Zapf & Holz, 2006). Detta kan observeras då kunders verbala attacker mot en serviceanställd framkallar ilska hos denne, som då måste reglera sin respons gentemot kunden. Detta visar varför serviceanställda upplever kunders verbala aggression som särskilt påfrestande (Grandey et al., 2004). Både antalet aggressiva kunder och stressvärderingen av dessa kan öka de serviceanställdas emotionella utmattning och stressvärderingen kan i sin tur påverka deras emotionella regleringsstrategier på det sätt att anställda, som känner sig mer hotade av en aggressiv kund, agerar mer ytligt än om de skulle uppleva kunden som mindre hotfull (Grandey et al., 2004; Yagil, 2008). Det är viktigt att den serviceanstälde inte tar åt sig personligt av kundens kritik utan fortsätter att bemöta denne med vänlighet, och visar sitt intresse. Då kommer kunden till slut att "smittas" av den anställdes attityd (Nyström & Wallén, 2002; Tracy, 2005). Anställda kan hantera sina egna emotioner och känslouttryck i ett kundmöte i enlighet med Hochschild's (1983) grundlära om emotionellt arbete. Detta hanterande ska förhoppningsvis locka fram passande och lämpliga emotioner hos andra i form av känslor av rättvisa hellre än ilska och fientlighet (Anleu & Mack, 2005).

### *Surface och deep acting*

Två termer som ofta har tagits upp i relation till emotionellt arbete i tidigare forskning, och som därför ansågs relevant även här, är ytligt respektive djupt agerande (Abiala, 1999; Ashforth & Humphrey, 1993; Brotheridge, 2002; Diefendorff, Croyle & Gosserand, 2005; Grandey, 2000; Grandey et al., 2004; Hochschild, 1979; Kruml & Geddes, 2000; Luong, 2005; Martínez-Iñigo et al., 2007; Rupp & Spencer, 2006; Zapf & Holz, 2006). Hochschild (1983) beskriver den distinkta skillnaden mellan ytligt och djupt agerande, då hon refererar sitt uttryck "surface acting", ytligt agerande, till Erving Goffman och förklarar att det är som att spela en roll på teater. Till exempel så upplever egentligen inte en skådespelare världen från en opartisk ståndpunkt, men denne agerar utifrån att han gjorde det, skriver Hochschild (1983), och klargör det med att beskriva hur ansiktsuttryck och/eller kroppsställning känns påklustrat och inte som en del av personen själv. "Surface acting" kan vara önskvärt av arbetsgivare för att kunder alltid ska få uppleva känslouttryck hos anställda som stämmer överens med deras yrkesroll (Grandey, 2000). Djupt agerande, eller "deep acting" som Hochschild (1983) förklarar i sin bok, innebär däremot att till exempel skådespelaren inte försöker att agera glad eller ledsen utan uttrycker det han spontant känner. "Deep acting" kan vara bättre i längden när det kommer till kundservice, då forskning har visat att kunder kan känna på sig när en anställd endast agerar ytligt och inte menar det denne ger uttryck för (Grandey, 2000). Ytterligare ett skäl till att "deep acting" kan vara bättre än "surface acting", när det gäller positiva känslor, är de belöningar en anställd får när de agerar på djupet, bland annat minskad emotionell dissonans och positiva reaktioner från kunder (Grandey, 2003). Dessa belöningar kan återställa den anställdes emotionella resurser på ett sätt som inte "surface acting" klarar (Grandey, 2003). Däremot kan "deep acting" försvåra för den anstälde att distansera sig från sin yrkesroll och istället associera detta starkare som sin identitet. Genom denna identifikation med yrkesrollen kan den anställdes välmående påverkas negativt (Ashforth & Humphrey, 1993).

## *Hantering av emotioner i kundmöten*

Yrkesautonomi, det vill säga självständighet i sitt arbete, har bevisats spela roll när det gäller stressupplevelsen i emotionellt arbete, då ju mindre negativ en anställd är och ju mer den känner yrkesautonomi, desto mindre finner den att otrevliga kunder påverkar dennes stressnivå (Grandey et al., 2004) och desto mer reduceras den emotionella dissonansen (Morris & Feldman, 1996). Dock har studier dessutom visat att serviceanställda i regel inte tar åt sig personligt av negativa kunder (Grandey et al., 2004; Nyström & Wallén, 2002; Yagil, 2008) utan att negativa kunder ses som en del av arbetslivet, och företag förser sina anställda med träning i emotionsreglering gentemot kunder som inte alltid "har rätt" (Grandey et al., 2004; Yagil, 2003). Att framkalla positiva emotioner hos kunder och öka deras tillfredsställelse med mötet genom att träna, motivera och belöna de serviceanställda är alltså viktigt (van Dolen, Lemmink, Mattson & Rhoen, 2001; Nyström & Wallén, 2002) precis som det är viktigt att de anställda, som en del av sitt emotionella arbete, själva tränar sina känslor och visar att de förstår kunderna, så att de kan behandla dem och deras känslor på rätt sätt i interaktionen (Nyström & Wallén, 2002). För att inte inta en försvarsposition och skylla ifrån sig när kunder kritiserar, bör en säljare istället hjälpa kunder och lyssna på kritiken för att få dem att bli lojala (Hallström, 1984, 1992; Nyström & Wallén, 2002).

Anställda har visat sig ha mer engagemang i sitt emotionella arbete om de blir orättvist behandlade av kunder, och de ansåg det dessutom svårare att anpassa sig till regler för uppvisandet av känslor, än anställda som blev rättvist behandlade av kunder (Rupp & Spencer, 2006). I likhet med tidigare nämnda forskare och studier, föreslås träning i emotionell reglering åt de serviceanställda i hopp om att kunna reglera de innersta känslorna de får vid svåra kundkontakter så att stress förebyggs och ansträngning på arbetet elimineras (Rupp & Spencer, 2006). Serviceanställda anser sig ofta vara tvungna att visa upp mer positiva emotioner än anställda i till exempel fysiskt krävande yrken, och de senare använder sig heller inte lika ofta av "surface acting" som serviceanställda. Dessutom har det visats att ju mer de anställda uppvisar falska känslouttryck, desto mer distanserar de sig från kunder och ser dem som objekt (Brotheridge & Grandey, 2002). Att simulera ett emotionellt uppvisande är något som anställda kan använda sig av för att hantera otrevliga kunder eller för att lösa problemsituationer (Yagil, 2008) speciellt eftersom serviceanställda inte alltid känner sig så positiva som de uppvisar, utan de agerar ofta för att visa upp emotioner som passar för deras yrke (Grandey, 2003). På arbetsplatsen uppträder de anställda för sin "kundpublik" för att uppnå en positiv respons gentemot organisationen de arbetar för. Som en del av sitt uppträdande följer den anställda ett "manus" som inbegriper uppföranderegler för acceptabla och förutbestämda uttryck samt beteenden (Grandey, 2003). Dock är det viktigt att se från situation till situation när det kommer till kundrelationer, och vara flexibel och improvisera i den mån det är möjligt (Nyström & Wallén, 2002). Som Erving Goffman (1959) skriver i *Jaget och maskerna* visar då den anställda upp en fasad som passar för varje situation i sitt yrke. I och med den fasad som den anställda visar upp gentemot kunderna gäller det för denne att det han säger stämmer överens med det han uppvisar i sitt kroppsspråk och minspel (Nyström & Wallén, 2002).

En stor del av det emotionella arbetet för serviceanställda handlar om att ta hand om missnöjda kunder, och företag vill gärna visa att de uppmärksammar och tar till sig kundklagomål, men det är samtidigt dessa som har en negativ effekt på de anställdas engagemang när det kommer till kundservice. Därför krävs det en ökad förståelse för detta samband eftersom det är de anställdas uppgift att leverera dåliga nyheter till kunder och då är det ofta de anställda som blir klämda mellan organisationens och kunders förväntningar (Bell & Luddington, 2006). Det behövs förståelse för hur de anställda hanterar detta så inte deras arbetsinsats blir påverkad, eftersom dessa kundklagomål kan bli speciellt problematiska om

de strider mot den roll som de anställda förväntas spela. En rollkonflikt kan uppstå om den anställda blir konfronterad av en klagande kund som förväntar sig en roll som strider mot den som förväntas av företaget (Bell & Luddington; Naessén, 1994). ”Chefer behöver vara medvetna om sin ställning i arbetsmiljön och inse att anställda ofta blir satta i svåra situationer där det blir en konflikt mellan kunders och chefers krav” (Seymour & Sandiford, 2007, s. 223). Regler för hur den anställda tillåts visa sina känslor gör interaktioner med kunder mer hanterbara och förutsägbara, vilket kan komma att skydda den anställdes privata känslor. Emotionellt laddade interaktioner med kunder kan leda till emotionell utmattning och reducerat engagemang, eftersom det blir en konflikt mellan den anställdes upplevda och uppvisade känslor (Heuven et al., 2006). Dessa laddade interaktioner med besvärliga kunder kan även hanteras bättre om de anställda kan förstå andra personers känslor och stämninglägen, en kunskap som de kan utveckla genom erfarenhet av att tolka kroppsspråk, gester och uttryck i ögonen (Seymour & Sandiford, 2005). Ett sätt för de anställda att göra negativa arbetshändelser till något positivt, kan kallas för ”självriktad skicklighet av hanterandet av emotioner” (Härtel, Gough & Härtel, 2008), vilket innebär att de anställda som är skickliga på att hantera sina emotioner och bedöma en händelse, kan uppleva lindrigare effekter av negativa emotioner i en kundinteraktion. Tack vare denna skickliga hantering uppvisar den anställda ansiktsuttryck som kan uppfattas och tolkas av kunden som att den anställda är villig och tillfreds med att erbjuda hjälp.

Även beteendet uppmärksammas av kunden, till exempel entusiasmen och förståelsen hos den serviceanställda (Härtel, Gough & Härtel, 2008), vilket kan påverkas av miljön på arbetsplatsen. Stressnivån och kunders krav kan framkalla känslor som de anställda sedan uttrycker i interaktioner med kunder (Rafaeli & Sutton, 1990). Beroende på hur mycket interaktionen kräver av den anställda och hur miljön på arbetsplatsen ser ut, så formar den anställda inre känslor och tillgodogör sig information som gör att denne kan kontrollera interaktionen, bland annat genom att använda uttrycksfulla positiva emotioner (Rafaeli & Sutton, 1990). Det är desto bättre för både företag och anställda inom serviceyrken om dessa positiva emotioner får vara så äkta som möjligt, så länge det inte äventyrar kundservicen, eftersom detta kan undvika negativa resultat för företaget (Kruml & Geddes, 2000). Något som kan påverka anställdas vänlighet gentemot kunder är de anställdas autenticitet, deras äkthet, då kunder känner mer tillfredsställelse i en interaktion om de anställda uppvisar äkta vänlighet när de utför serviceuppgifter (Grandey, Fisk, Mattila, Jansen & Sideman, 2005). Uttryck för naturliga emotioner kan ofta behöva hållas avskiljda från ytligt och djupt agerande av de serviceanställda, för att de ska kunna uppvisa emotioner som är eftertraktade av den organisation som de arbetar för. Det har även framkommit resultat att ytligt och djupt agerande oftare kan vara ett undantag än en regel, då uppvisande av naturliga emotioner spelar en mer framträdande roll när det gäller emotionella uttryck på arbetet (Diefendorff et al., 2004).

Man kan se servicemöten som en emotionell händelse som får konsekvenser både för den anställda och för kunden. För den anställda så kan positiva emotionella erfarenheter, som denne får tack vare ett kundmöte, leda till tillfredsställelse med sitt arbete, medan negativa emotionella erfarenheter kan leda till en motvilja inför kundinteraktionen. Dessutom kan de negativa erfarenheterna upplevas som starkare om den serviceanställda är mer negativ i sig själv som person. Den anställda kan uppleva tillfredsställelse i ett servicemöte genom sin förmåga att känna igen sociala uttryck hos kunder och utefter dessa ändra sina egna uppvisade känslor utifrån hur kunder uttrycker sina emotioner (Härtel, Gough & Härtel, 2008).

## *Emotionellt klimat*

Serviceanställda kan medvetet reglera sina emotionsuttryck till att strategiskt influera kunder och deras beteende. De anställda påverkas av hur det emotionella klimatet ser ut, det vill säga medarbetare och människor runt omkring dem som skapar en trivsamt och stöttande atmosfär (Goffman, 1959; Hallström, 1984, 1992; Härtel et al., 2008; Naessén, 1994; Nyström & Wallén, 2002; Sandiford & Seymour, 2007). Ett företag kan bli mer effektivt och dess produktivitet kan öka i och med ett ökande emotionellt arbetsklimate (Härtel et al., 2008). Dock har det diskuterats att mindre företag verkar ha mindre formell träning och uttalade regler för emotionell reglering och att anställda där istället lär sig genom att observera kollegor (Seymour & Sandiford, 2005). Serviceanställda blir ofta bevakade för att deras arbetsgivare ska kunna försäkra sig om att emotionella uttryck uppvisas, eftersom många serviceyrken har ”service med ett leende” som mål (Grandey et al., 2004).

## *Kön, ålder och yrkeserfarenhet*

Tidigare forskning har dels visat att kön har en påverkande effekt på både serviceanställda och deras kunder när det gäller uppfattningen om och tillfredsställelsen av servicemötet. Dels har det också framkommit att det inte finns någon könspåverkan (Grandey et al., 2005; Mattila & Enz, 2002; Mattila, Grandey & Fisk, 2003), utan att emotionellt arbete nog har en starkare relation till yrkeserfarenhet än till kön (Anleu & Mack, 2005). Resultat har även visat på att yrkeserfarenhet inte har någon signifikant effekt på emotionell dissonans, utan att serviceanställda är mer troliga att uppleva emotionell dissonans om de är till exempel äldre eller män. Dessutom visas även att anställda med kortare yrkeserfarenhet tenderar att känna mer osäkerhet inför sin yrkesroll (Kruml & Geddes, 2000). Äldre anställda har visat sig ha en bättre teknik för att kontrollera sina känslor, de är bättre på att skapa nödvändiga känslor och bättre på att uppvisa de känslor som passar för situationen (Kruml & Geddes, 2000). Yrkeserfarenhet kan i sin tur påverka graden av emotionellt arbete i den mån att en anställd tar till sig mer av negativ kritik när de arbetat en kortare tid, och kunskap om emotionella regler utvecklas tack vare erfarenhet i yrket (Seymour & Sandiford, 2005). Kraven på emotionellt arbete anses vara hårdare hos större företag än hos mindre (Seymour & Sandiford, 2005), dock behöver inte detta betyda att emotionsreglerna inom dessa större företag är starkare.

## *Studieobjekt*

Ett större företag i Sverige, vars anställda kan behöva använda sig mycket av emotionellt arbete, är SJ AB. De har dagligen interaktioner med kunder som kan innefatta dels aggressivitet och dels trivsamhet. När det gäller just reseservice ökar ofta kunders aggression, stress och missnöje, speciellt i och med reseförseningar (Yagil, 2008). SJ AB's anställda bör agera lämpligt och kunna reglera sina känslor för att det ska passa företagets ansikte utåt och upprätthålla en god servicestandard. Kunskaper och fallenheter för detta kan påverkas av många faktorer, bland annat den anställdes ålder och antal år det har arbetat hos SJ AB. Få studier har tidigare uppmärksammat den påverkan som ålder och yrkeserfarenhet kan ha på emotionellt arbete och därför kom detta att bli centralt för denna studie. Anställda inom serviceyrken utgör en stor del av världens arbetskraft, och de flesta människor är dagligen i kontakt med dem, men ändå tas de oftast för givna. Servicemötet ses ofta ur kundens perspektiv medan den anställdes känslor ofta blir förbisedda. Den här studien avser att uppmärksamma den SJ anställdes bemästrande av emotionellt arbete i ett kundmöte. Spelar

ålder och yrkeserfarenhet inom SJ AB någon roll för den anställdes hantering av känslor och dennes agerande i kundinteraktioner?

### *Syfte, frågeställning och underfrågor*

Den här studien syftar till att besvara frågeställningen: Har ålder respektive yrkeserfarenhet samband med en SJ AB anställds grad av emotionellt arbete i kundkontakter? Studien visar först vilka faktorer i förhållningssättet (hur det emotionella arbetet genomförs) som bidrar till hur väl de anställda mår, hur väl de menar sig vara tillfredsställda med arbetet och har stöd samt deras kontroll över arbetet. Detta anses viktigast för den anställdes välmående och avsåg att undersökas av prioriteringsskäl. Frågeställningen preciseras därför till följande underfrågor:

1. Är det äldre eller yngre anställda som till en högre grad klarar av emotionellt arbete, när de känner välmående?
2. Är det anställda med kortare eller längre yrkeserfarenhet som till en högre grad klarar av emotionellt arbete, när de känner välmående?

## Metod

### *Deltagare*

Totalt skickades 100 stycken enkäter ut och efter ett bortfall på 35 personer bestod deltagarna av 65 serviceanställda inom SJ AB, som genom ett målinriktat urval valdes ut från ett antal resebutiker runt om i Sverige. Urvalet bestod av 43 kvinnor i åldrarna 19 – 65 år ( $M = 42.53$ ,  $SD = 12.38$ ) och 21 män i åldrarna 21 – 63 år ( $M = 44.50$ ,  $SD = 14.84$ ) som fick svara på en enkät. Innan regressionsanalyser utfördes, kategoriserades dessa deltagare till två olika åldersgrupper (yngre = 19 – 30 år, äldre = 31 – 65 år) och två olika yrkeserfarenhetsgrupper (kort yrkeserfarenhet = 0 – 7 år, lång yrkeserfarenhet = 8 – 32 år). Kategoriseringen gjordes utifrån en mediansplit. De butiker som deltog i studien hade en av organisationens tre redan definierade butiksstorlekar, nämligen Alfa (stor butik), Beta (medelstor butik) eller Gamma (liten butik). Efter insamlandet av enkäter återfanns svar från 28 alfabutiker, 27 betabutiker och 8 gammabutiker, och det fanns ett slumpmässigt internt bortfall på enstaka frågor i vissa enkäter samt ett systematiskt internt bortfall på vissa frågor.

### *Material*

Deltagarna fick svara på en enkät som bestod av 95 påståenden som låg under sju rubriker samt en bakgrundsrubrik, med olika antal påståenden under varje rubrik. Dessa gjordes om till index vid databearbetningen med respektive antal påståenden under varje rubrik/index. I enkäten gick den första rubriken under namnet "Bakgrundsfrågor", och innehöll ett antal egna utformade övergripande bakgrundsfrågor, till exempel frågor om kön, ålder, civilstånd och hur nöjd man är med sitt yrke som helhet. Nästa rubrik löd "Om behärskning i arbetet", och baserades på Emotional labor scale (Brotheridge & Grandey, 2002), där påståenden som till exempel "I ett möte med kund låtsas jag ofta att jag har känslor som jag egentligen inte har" och "I ett möte med en kund undviker jag att visa mina känslor" ingick. Deltagarna fick uppskatta sina svar på en fempoängsskala (1= Aldrig, 5= Alltid). Därefter följde rubriken "Om roller i arbetet", vilken baserades på ett mätinstrument som utformats av Diefendorff et al. (2004). Denna belyste områden som ytligt och djupt agerande, naturliga känslouttryck och interaktionsrutiner med hjälp av påståenden som till exempel " Jag spelar en roll för att



hantera kunder på ett lämpligt sätt”, ”De känslor jag uppvisar mot kunder är naturliga” och ”Mitt arbete med kunder är någorlunda rutinmässigt”. Deltagarna fick uppskatta sina svar på en fempoängsskala (1= Instämmer inte alls, 5= Instämmer helt), precis som på alla resterande rubriker. Nästa rubrik ”Om regler för positivt agerande”, baserades även den på mätinstrumentet utformat av Diefendorff et al. (2004) med påståenden som till exempel ”En del av mitt jobb är att göra kunder nöjda” och ”SJ AB förväntar sig av mig att jag ska försöka agera positivt och entusiastiskt i mitt möte med kunder”. Nästkommande rubrik, ”Om regler för negativt agerande”, även den baserad på Diefendorff et al. (2004) innehöll påståenden som ”Jag förväntas försöka låtsas att jag inte är arg eller känner förakt medan jag befinner mig på arbetet”. Nästa rubrik benämndes ”Om kundkontakter”, som även denna baserades på Diefendorff et al. (2004). Påståendena under denna rubrik löd till exempel ”Jag möter många olika typer av kunder varje dag” och ”De flesta av mina kundmöten är korta”. Den sjunde rubriken löd ”Att uttrycka känslor på arbetet” och grundades på BEQ, The Berkeley Expressivity Questionnaire (Gross & John, 1995) med påståenden som ”När som helst jag känner positiva känslor på arbetet kan andra människor lätt se exakt vad jag känner” och ”Ibland kan jag inte dölja mina känslor på arbetet, fastän jag vill det”.

Efter rubriken ”Att uttrycka känslor på arbetet” följde en tabell med 12 emotionsord baserad på The measurement of mood (Sjöberg et al., 1979). Denna innehöll 6 dimensioner av stämningsslägen varav en användes, nämligen den som beskrev välmående, och denna utgjordes av 12 positiva och negativa emotionsord, till exempel ”Belåten”, ”Harmonisk” och ”Olycklig”. Deltagarna skulle uppskatta till vilken grad de har känt dessa emotioner den senaste veckan genom att markera på en fempoängsskala (1= Väldigt lite eller inte alls, 5= Extremt mycket). Den sista rubriken löd ”Kontroll, krav och stöd på arbetet” där påståendena 6, 8 och 10 hämtades från ASK – *ett frågeformulär för att mäta arbetsbelastning, socialt stöd, kontroll och kompetens i arbetslivet* (Hovmark & Thomsson, 1995). Påståendena 7, 9, 11 och 14 utformades av Jönsson och Nilsson (2005) med utgångspunkt från ASK, och påståendena 1-5 utgjordes av studiens egna formulerade påståenden. Exempel på ett påstående från ASK är ”Jag får tillräcklig uppskattning för min arbetsinsats” (Hovmark & Thomsson 1995). Exempel på ett påstående från Jönsson och Nilsson (2005) är ”Jag känner mig omtyckt och uppskattad av arbetskamrater”. Studiens egna utformade påståenden löd till exempel ”Jag känner mig begränsad i min yrkesroll när det kommer till att visa känslor”, och ”Negativa kunder påverkar mig på det sätt att min prestation på arbetet sjunker/försämras”. Utöver dessa påståenden lades även en kvalitativ fråga till nämligen ”Vad är det som får mig att trivas/inte trivas?”. Denna fråga togs med för att stärka förståelsen för deltagarnas trivsel.

Index skapades av alla rubriker och dessa omformulerades till ”Behärskning”, ”Roller”, ”Regler för positivt agerande”, ”Regler för negativt agerande”, ”Kundkontakter”, ”Uttrycka känslor” och ”Välmående”. Till sist gjordes rubriken ”Kontroll, krav och stöd på arbetet” om till två index med stöd av faktoranalys för att höja alfa, nämligen ”Tillfredsställd och stöd”, där påståendena 2, 6, 7, 8, 9, 13, 14 och 17 ingick, och ”Tillfredsställd och kontroll”, där påståendena 1, 3, 4, 5, 10, 11, 12, 15a, 16 och 18 ingick. Vid beräkningarna av de olika indexen vändes påstående 2 i ”Behärskning”, påståendena 2, 3 och 8 togs bort från ”Kundkontakter”, samt så vändes påstående 1 i ”Kundkontakter”, på grund av att detta höjde alfa-värdet och blev mer användbart i analysen. Detta medförde att indexet ändrade innebörd och istället kom att handla mer om enformiga kundkontakter, därmed döptes det om till just ”Enformiga kundkontakter” för att förenkla den kommande tolkningen. Vid påstående 2 under ”Regler för positivt agerande” är det möjligt att det negerande ordet *inte* kan ha försvårat förståelsen för påståendena och det kan ha varit det som sänkte reliabiliteten och Cronbach’s alfa (se Tabell 2), därför togs detta påstående bort i transformeringen. Påståendena 3, 8 och 9 i indexet ”Uttrycka känslor” var reversed items, vilket innebar att dessa vändes vid inkodningen till att betyda motsatt siffra än ursprungssiffran. Till exempel

ändrades 2 till 4 på en femgradig skala. Dessutom vändes frågorna 2, 6, 7 och 13 under ”Tillfredsställd och stöd” och 1 och 15a under ”Tillfredsställd och kontroll”. (För Cronbach’s alfa och items för alla index, se tabell 2).

### *Procedur*

Datinsamlingen inleddes med en första kontakt i oktober 2008 med direktören för Division Försäljning hos SJ AB, genom ett mail med en förfrågan om det fanns intresse för en undersökning för vårt examensarbete. Försäljningsdirektören hörde sedan av sig på telefon och rekommenderade oss att kontakta chefen för Resebutiker och Lounger, som hjälpte oss vidare med val av resebutiker att skicka enkäter till. Enkäterna skickades ut till utvalda butiker via en anställd på SJ AB’s Säljsupport, som vidarebefordrade enkäterna till de utvalda stationernas platschefer, som skrev ut enkäterna och delade ut dessa till de anställda. I samband med enkäten skickades även ett missivbrev ut, där de anställda informerades om att enkätsvaren skulle komma att vara konfidentiella, det vill säga att deras uppgifter inte lämnas ut till utomstående utan endast används till vår studie och vårt forskningssyfte. Vi informerade om att deras medverkan skulle komma att vara frivillig och att de när som helst kunde avbryta sin medverkan utan följder eller konsekvenser. När deltagarna svarat på enkäterna lades dessa i separata kuvert som de sedan lämnade tillbaka till sina platschefer. Detta gjordes för att dels undvika obehag hos de anställda och dels minimera risken för identifiering. Platscheferna i sin tur postade sedan de insamlade kuverten innehållande enkäterna till oss. Detta medförde att både anonymitet och konfidentialitet kunde garanteras. Det beslutades att enkäter skulle skickas ut till samtliga typer av butiker storleksgrupperade efter antal anställda, Alfa, Beta och Gamma (SJs benämningar), för att få ett så varierat urval som möjligt, i enlighet med önskemål från chefen för Resebutiker och Lounger.

### Resultat

Beskrivande statistik visar medelvärden och standardavvikelser för respektive variabel som enkäten behandlade (se Tabell 1). Dessutom redovisas indexvärden för respektive skala som enkäten innehöll (se Tabell 2). Utöver detta redovisas även en Pearsonkorrelation med samtliga av studiens variabler i en korrelationstabell för att se samband mellan dessa variabler (se Tabell 3).

Tabell 1

*Medelvärden och standardavvikelser för bakomliggande variabler*

	<i>N</i>	<i>M/typvärde</i>	<i>SD</i>
#			
1. Ålder	63	43.16 ( <i>M</i> )	13.12
2. Kön	64	2	
3. Civilstånd	63	1	1.25
4. Yrkeserfarenhet	64	17.28 ( <i>M</i> )	11.38
5. Butiksstorlek	63	1	

*Not #* Kön: Man = 1, Kvinna = 2. Civilstånd: Sambo/Särbo/Gift med barn = 1, Sambo/Särbo/Gift utan barn = 2, Ensamstående med barn = 3, Ensamstående utan barn = 4. Butiksstorlek: Alfa = 1, Beta = 2, Gamma = 3. Ålder och yrkeserfarenhet är här använda som kontinuerliga variabler.

Tabell 2

Medelvärden, standardavvikelser och Cronbach's alpha för alla index (skala 1-5)

	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Items</i>
6. Behärskning	65	3.66	.38	.54	11
7. Roller	64	2.80	.57	.81	16
8. Regler för positivt agerande	63	4.69	.51	.77	4
9. Regler för negativt agerande	62	4.37	.81	.72	3
10. Enformiga Kundkontakter	63	3.26	.58	.61	5
11. Uttrycka känslor	63	2.65	.47	.73	16
12. Välmående	62	3.84	.68	.91	12
13. Tillfredsställd och stöd	62	3.33	.68	.77	8
14. Tillfredsställd och kontroll	62	3.60	.49	.55	10

Samtliga medelvärden i Tabell 2 ligger över mitten på skalan. Särskilt högt ligger medelvärdet för regler för positivt samt regler för negativt agerande.

Tabell 3

Pearsonkorrelation mellan studiens alla index och de bakomliggande variablerna (*N* mellan 60 och 65).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. #														
2.	.072													
3.														
4.	.797**	-.085												
5.	.172	-.085	.115											
6.	-.103	.028	-.302*	.036										
7.	-.152	-.179	-.277*	.092	.280*									
8.	-.156	.024	-.214	.082	.321*	.240								
9.	-.132	.335**	-.121	.224	.036	-.076	.151							
10.	-.198	-.182	-.177	.074	.055	.458**	-.088	-.025						
11.	.227	.178	.044	.148	.153	.362**	.087	.122	.202					
12.	-.036	.045	-.097	-.035	-.213	-.342**	.012	-.008	-.304*	-.195				
13.	-.151	.218	-.204	.175	-.147	-.306*	.113	.007	-.251*	-.182	.731**			
14.	.071	.218	.029	.041	.158	-.084	.145	.165	-.177	.212	.265*	.413**		

Not # variabelbenämningar se tabell 1 och 2.

\*  $p < 0.05$  signifikansnivå, \*\*  $p < 0.01$  signifikansnivå

Ålder och yrkeserfarenhet är här använda som kontinuerliga variabler.

Tabell 3 resulterade i en positiv korrelation mellan ålder och yrkeserfarenhet ( $p < .001$ ), då dessa variabler ännu inte var kategoriserade, vilket innebar att ju äldre en anställd är desto längre yrkeserfarenhet hade denne. En kategorisering av variablerna ålder och yrkeserfarenhet utfördes efter analys av korrelationen, eftersom fler effekter med andra variabler önskades.

Kön och regler för negativt agerande korrelerade positivt, då kvinnor ansåg mer än män att de förväntades, av organisationen de arbetade för, dölja sitt negativa agerande. Tabell 3 visade även en positiv korrelation mellan roller och enformiga kundkontakter, vilken innebar att de anställda spelade roller mer om de upplevde kundkontakterna som enformiga. Dessutom korrelerade även roller positivt med anställdas uttryck av känslor, då ju mer en anställd upplevde att denne spelade roller, desto mer ansåg den anställda också att denne uttryckte

känslor på arbetet. Däremot korrelerade roller negativt med anställdas välmående, vilket innebar att ju mer en anställd behövde spela roller på arbetet, desto mer påfrestande var det för deras välmående. Vidare fanns även en negativ korrelation mellan yrkeserfarenhet och behärskning som innebar att ju längre tid den anställda arbetat desto svårare upplevde denne sig kunna behärska sina känslor på arbetet. Tabell 3 visade även en negativ korrelation mellan roller och yrkeserfarenhet, vilket innebar att de med längre yrkeserfarenhet inte lika ofta upplevde sig spela roller. Dessa resultat hjälpte till att besvara underfråga 2, då de med kortare yrkeserfarenhet lättare kunde behärska sina känslor än de med längre yrkeserfarenhet. Dessutom visade resultatet även att de anställda med kortare yrkeserfarenhet upplevde sig spela mer roller på arbetet än de med längre yrkeserfarenhet.

Ytterligare resultat från Tabell 3 visade även en positiv korrelation mellan behärskning och regler för positivt agerande, vilket innebar att en anställd upplevde sig ha lättare att behärska sig när denne var överens med det agerande som organisationen förväntade sig. En positiv korrelation visade även att anställda ansåg det lättare att behärska sig när de spelade roller på arbetet. Vidare visade Tabell 3 en negativ korrelation mellan roller och tillfredsställd och stöd på arbetet, då ju mer tillfreds en anställd kände sig och hade stöd på arbetet desto mindre ansåg de att rollagerande var nödvändigt i yrket. Dessutom fanns resultat som visade en negativ korrelation mellan anställdas välmående och deras enformiga kundkontakter. Detta innebar att ju mer de anställda upplevde kundkontakterna som enformiga, desto mer påfrestande var det för deras välmående. Till sist framkom även en negativ korrelation mellan enformiga kundkontakter och de anställdas tillfredsställelse och det stöd de fick på arbetet. Detta innebar att ju mindre de upplevde kundkontakterna som enformiga, desto mer tillfreds kände de sig och hade stöd på arbetet.

I Tabell 3 visades dessutom starka korrelationer mellan välmående, tillfredsställd och stöd och tillfredsställd och kontroll. Dessa utgjorde därför beroendevariabler i ett antal regressionsanalyser där variablerna ålder och yrkeserfarenhet kategoriserades, för att undersöka om detta gav ytterligare effekt. Resultatet visade deras inverkan, då de kombinerades med de index som hade en signifikant korrelation med beroendevariablerna.

Den första multipla regressionsanalysen, där stepwise metoden användes, hade beroendevariabeln välmående och prediktorerna roller och kundkontakter, då dessa hade signifikant korrelation (se Tabell 3). Resultatet visade att modellen totalt förklarade 11.7 procent av variansen i anställdas välmående. Den enda signifikanta prediktorn var roller ( $\beta = -.34$ ,  $t = -2.82$ ,  $p < .01$ ). För att kunna besvara underfråga 2 om yrkeserfarenhets eventuella inverkan på emotionellt arbete så upprepades regressionsanalysen inom grupperna för kortare respektive längre yrkeserfarenhet och då framkom att modellen endast gällde för de mer erfarna anställda (38.8 procent förklarad varians;  $\beta = -.62$ ,  $t = -4.84$ ,  $p < .001$ ). Då anställdas rollspelande på arbetsplatsen är en del av det emotionella arbetet hjälper detta resultat till att besvara underfråga 2, då de anställda med längre yrkeserfarenhet spelade mer roller, och därför mådde sämre, än de med kortare yrkeserfarenhet. Då separationen efter yrkeserfarenhet byttes ut mot uppdelning på yngre och äldre inför regressionsanalyserna blev roller även här den enda signifikanta prediktorn (23.9 procent förklarad varians;  $\beta = -.49$ ,  $t = -3.64$ ,  $p < .001$ ) för den äldre åldersgruppen, medan modellen inte gällde för den yngre. Detta resultat hjälper därför till att besvara underfråga 1, det vill säga att äldre anställda spelade mer roller än de yngre, och därför mådde sämre.

Den andra multipla regressionsanalysen, där stepwise metoden också användes, hade beroendevariabeln tillfredsställd och stöd och prediktorerna roller och kundkontakter, eftersom dessa även här hade signifikant korrelation (se Tabell 3). Resultatet visade att modellen totalt förklarade 9.4 procent av variansen i anställdas tillfredsställelse och stöd. Den enda signifikanta prediktorn var roller ( $\beta = -.31$ ,  $t = -2.49$ ,  $p < .05$ ). Även vid denna regression upprepades analysen inom grupperna för kortare respektive längre yrkeserfarenhet

för att se om detta hade någon inverkan på emotionellt arbete. Även detta resultat visade att modellen endast gällde för de anställda med längre yrkeserfarenhet (25.2 procent förklarad varians;  $\beta = -.50$ ,  $t = -3.58$ ,  $p < .001$ ). Då, som angett tidigare, anställdas rollspelande på arbetsplatsen är en del av det emotionella arbetet, hjälper detta resultat till att besvara underfråga 2, nämligen genom att de anställda med längre yrkeserfarenhet känner sig mindre tillfredsställda och upplever sig ha mindre stöd på arbetet när de spelar roller. Då yrkeserfarenhet byttes ut mot ålder i regressionsanalysen blev ålder även här den enda signifikanta prediktorn (17.2 procent förklarad varians;  $\beta = -.42$ ,  $t = -2.99$ ,  $p < .01$ ) för den äldre åldersgruppen, medan modellen inte gällde för den yngre, vilket hjälper till att besvara underfråga 1 med att de äldre anställda kände sig mindre tillfredsställda och upplevde sig ha mindre stöd när de spelade roller.

Variabeln civilstånd togs inte med i Pearsonkorrelationen, då den inte var på ordinalnivå. För att på något sätt kunna kontrollera variabeln civilstånds eventuella effekt, gjordes en variansanalys 2x2, men denna fick inte något signifikant resultat. Då delades istället denna variabel upp i två kategorier, nämligen "Barn", som innehöll anställda med eller utan barn, och "Sambo", som innehöll anställda som var sambo eller särbo. Kategorin "Sambo" korrelerade positivt med "Tillfredsställd och kontroll" ( $p < .05$ ), medan kategorin "Barn" inte hade någon korrelation.

Resultat av den kvalitativa frågan (fråga 15b, se enkät i Appendix), som togs med i enkäten för att få en djupare inblick i de anställdas välmående, visade att arbetskamrater var den huvudsakliga faktorn till att SJ anställda trivdes på arbetet (35 av 43 personer), med kommentarer som: "Underbara arbetskamrater får mig att trivas". Däremot visade kommentarer att kunder var en bidragande faktor till att de anställda både trivdes (18 av 43 personer) och vantrivdes (8 av 43 personer), som till exempel: "Kundkontakten och att träffa mycket folk gör att jag trivs" och "Negativa, otrevliga människor gör att jag inte trivs". Majoriteten av de anställda som kommenterade sin vantrivsel (70.6 procent) var äldre och hade längre yrkeserfarenhet med kommentarer som till exempel: "Ingen uppskattning, ensidigt och monotona uppgifter, massproduktion av för rutinmässiga uppgifter, klagande kunder där man inget kan göra, att inte få göra sin röst hörd, för lite personal, dvs. för mycket kunder, när arbetet sliter på en fysiskt och psykiskt."

## Diskussion

Denna studie avsåg att undersöka om SJ anställdas ålder och yrkeserfarenhet påverkade hur de klarade av sitt emotionella arbete. Genom multipla regressionsanalyser kunde resultat urskiljas i form av att de anställdas välmående och tillfredsställelse och stöd på arbetet påverkades av enformiga kundkontakter och i vilken grad de upplevde sig spela roller. I båda regressionsanalyserna påverkades det emotionella arbetet i form av rollagerande hos de äldre anställda och de anställda med längre yrkeserfarenhet när välmående och tillfredsställd och stöd var beroendevariabler.

Resultat visade att om en anställd är sambo eller särbo kan detta påverka dennes tillfredsställelse och kontroll på arbetet, medan det inte hade någon betydelse om en anställd har barn eller inte. Detta resultat visade dock bara en viss effekt och kan helt enkelt vara en tillfällighet, och därför lades inte fokus på detta.

På samtliga index som beskriver "kraven på förhållningssätt" ligger de svarande över mitten på skalan (se Tabell 2), och särskilt högt låg de på regler för negativt och regler för positivt agerande, vilket visar att de anställda, liksom Martínez-Iñigo et al. (2007) skriver, har underförstådda regler som styr hur de anställda uttrycker sig och sina känslor i kundinteraktioner i hopp om en positiv påverkan på kunders känslor och attityder. Som Seymour och Sandiford (2005) skriver är det hårdare krav på emotionellt arbete vid större

företag, vilket även vi anser i och med att vår studie visar att anställda inom SJ känner ett starkt krav att uppvisa, av organisationen, förutbestämda emotioner. Deltagarna svarade med höga skalpoäng på detta i enkäterna, då medelvärdet för regler för positivt samt regler för negativt var långt över medelpoängen. Där visar anställda inom SJ AB att de är överens om att uppvisa emotioner som organisationen förväntar sig av dem.

När resultatet i denna studie utvärderas, kan man även se många tecken på emotionell dissonans hos de anställda, speciellt då de anställdas enformiga kundkontakter korrelerar positivt med indexet över roller. Detta säger oss att SJ anställda överlag spelar en roll då de interagerar med kunder, de tar alltså fram en känsla som passar för situationen, men denna känsla känner de egentligen inte inombords. Denna emotionella dissonans ökar, som många tidigare forskare anmärkt (Morris & Feldman, 1996, 1997; Rafaeli & Sutton, 1987; Zapf & Holz, 2006), stressen och den emotionella utmattningen hos anställda, vilket även det stämmer överens med vårt resultat då välmående korrelerar negativt med att spela roller inför en kund. Istället kan här vara nödvändigt att använda sig av "deep acting" eller rättare sagt naturliga uttryck av känslor, så att kunder inte kan avslöja en anställd när denne agerar ytligt och spelar en roll, som Grandey (2000) redogör för.

Att SJ-anställda känner emotionell dissonans är för oss ingen överraskning. Vi hade förförståelsen inför denna studie att personer som är anställda inom service alla känner emotionell dissonans till någon grad. När man arbetar med människor och service krävs det att man har en känsla för hur andra personer kan reagera och vad som krävs för att göra dem nöjda. Om en serviceanställd alltid skulle visa upp sina sanna känslor, skulle denne få svårt att passa in i arbetsmiljön och följa de krav som organisationen kräver. De kan då få svårt att distansera sig från yrkesrollen och istället identifiera sig med den så att det äventyrar de anställdas välmående och de känner påfrestning, likt Ashforth och Humphrey's (1993) resonemang. Detta vill vi å ena sidan framhäva, då vårt resultat visade en negativ korrelation mellan roller och anställdas välmående. Å andra sidan kan det, som även Grandey (2000) och Yagil (2008) skriver, vara positivt och bra för ens välmående att spela roller för att hantera yrkesrollen rätt och anpassa denna utifrån kundinteraktionerna som serviceyrket möter så att till exempel problemsituationer går att lösa. SJ anställda kan därmed lättare kontrollera sina känslor om de spelar en roll på arbetet, likt vår starka korrelation mellan roller och anställdas uttryck av känslor visar. Dessutom anser vi att de lättare kan kontrollera sin behärskning om de agerar med hjälp av roller vid kundinteraktioner, just på grund av att de kan kontrollera "surface acting". Detta med utgångspunkt från den positiva korrelationen mellan behärskning och roller. Detta rollagerande kan även, utifrån den negativa korrelationen mellan roller och tillfredsställd och stöd, innebära att ju mer de anställda känner sig tillfredsställda och upplever sig ha stöd på arbetet, desto mindre spelar de roller. Detta kan förklaras med att anställda inom SJ betonar det emotionella klimatet som en avgörande faktor för trivseln på arbetet.

I ett serviceyrke är en trevlig attityd mot kunden a och o och detta gör att den anställde, som även Pugh (2001) redogjorde för, ofta behöver visa upp känslor som passar med de förväntningar som kunden har på den anställdes yrkesroll. Detta kan handla om att dölja sin frustration eller ilska över en oersonlig kund och istället visa upp en fasad som passar för situationen, som ett förstående leende och en lugn röst. För en anställd hos SJ är det alltså, grundat på Arlie Hochschild's arbete (1979), det kroppsliga och det expressiva emotionella arbetet som har en framträdande roll. Dock visar vår korrelationstabell att ju mer en anställd känner att denne spelar en roll på arbetet, desto sämre blir dennes välmående, speciellt om den anställde är äldre och har en längre yrkeserfarenhet. Alltså kan kundens krav på ett visst beteende hos den anställde komma att få ett högt pris. Kroppsspråk och bemötande gentemot kunder är ju som tidigare nämnts viktigt för en serviceanställd, eftersom denne är företagets ansikte utåt (Hallström, 1984) och att uppvisa naturliga emotioner har i tidigare forskning visat sig vara framträdande (Diefendorff et al., 2004, Grandey et. al., 2005, Kruml & Geddes,

2000). Enligt vårt resultat verkar det dock inte vara naturliga emotioner som är de främsta hos de anställda, då korrelationstabellen (se tabell 3) visar att ju mer roller en anställd upplevde sig spela, desto mer ansåg denne sig också uttrycka känslor på arbetet. Då det, enligt oss, är logiskt att det inte är äkta känslor inblandade när en anställd spelar en roll, kan man inte se äkta emotioner som en framträdande del av SJ anställdas emotionella arbete. Det är snarare så kallad "surface acting" (Hochschild, 1983) som främst förklarar rollspelandet.

Eftersom ålder och yrkeserfarenhet har en så pass stark korrelation stämmer det med vår förutfattade mening att ju äldre man är, desto längre yrkeserfarenhet har man, och likt Seymour och Sandiford (2005) anser även vi att en anställd utvecklas tack vare den erfarenhet denne får i sitt arbete. Dock visade våra regressionsanalyser, efter en yrkeserfarenhets- och ålderskategorisering, att roller var en signifikant prediktor bland de äldre och de med längre yrkeserfarenhet när det kom till deras välmående, tillfredsställelse och stöd på arbetet. Detta kan, anser vi, medföra att vid äldre åldrar har man lärt sig att man inte behöver spela roller för att uppfylla organisationens krav på yrket, medan de yngre ännu inte känner sig så pass säkra i sin yrkesroll att de klarar det i samma utsträckning. Deras trygghet kanske, enligt oss, fortfarande vilar i att "gömma sig bakom en mask", som ett påstående i enkäten tar upp (se appendix sid. 4). Att spela roller stärker tidigare forskning om "surface acting" (Grandey, 2000; Hochschild, 1983), då det av arbetsgivaren kan vara önskvärt att spela roller för att inte visa upp för mycket äkta känslor utan visa det som kunder förväntar sig av yrkesrollen. Detta är ett "å ena sidan, å andra sidan" – resonemang, då rollagerande kan vara både till för- och nackdel i serviceyrket, beroende på personen och situationen, då vi alla är olika.

Vi diskuterade innan påbörjad studie att de äldre borde vara trötta och emotionellt utmattade på grund av sin längre erfarenhet inom yrket och därför inte lägga lika stor vikt vid hanterandet av sina emotioner och att uttrycka känslor som stämmer överens med kundinteraktionen. Enligt resultatet kan detta stämma, då de äldre anställda och de anställda med längre yrkeserfarenhet mådde sämre, var mindre tillfredsställda och upplevde sig ha mindre stöd, ju mer de spelade roller. För de äldre anställda och de anställda med längre yrkeserfarenhet kan rollspelade upplevas som negativt eftersom dessa haft längre tid att bygga upp hanteringsstrategier gentemot kunderna och interaktionen som följer, vilket leder till att rollspelade bara kan kännas onaturligt. Agerar man utefter en yrkesroll anpassar man sig, enligt vår mening, till organisationens förväntningar, krav och mål och hanterar det emotionella arbetet med bravur. Innan resultatet och studiens undersökning, hade vi en förutfattad mening om att roller skulle vara en negativ aspekt av serviceyrket, då detta inte kunde stämma överens med vad en anställd egentligen skulle mena och säga. Vårt resultat visade att detta kan stämma på de äldre och de med längre yrkeserfarenhet, medan roller kanske kan vara en nödvändighet för yngre anställda och anställda med kortare yrkeserfarenhet, för att över huvudtaget orka och klara av det emotionella arbetet. Detta på grund av att det kan tära så mycket på en ovan anställds psyke och kännas påfrestande för dennes välmående. Den positiva korrelationen mellan roller och att uttrycka känslor och de båda regressionerna blev därför, efter mycket tolkning och diskussion om innebörd, en viktig del i analysen.

Den negativa korrelationen mellan enformiga kundkontakter och anställdas välmående innebär att kundkontakterna påverkar anställdas välmående på det sätt att de anställda låter de enformiga kundkontakterna styra för mycket, och därför blir det påfrestande för deras välmående. Detta innebär att anställda inom SJ AB försämrar sin psykiska hälsa genom att äventyra sitt välmående och låta kundkontakterna styra för mycket. Serviceanställdas välmående blir mer påverkat och de känner mer påfrestning om de hanterar negativa och otrevliga kunder, vilket i tidigare forskning kan leda till stress och reducerat välmående (Grandey et al., 2004; Yagil, 2008).

I samband med detta innebär den negativa korrelation som följer av att enformiga kundkontakter påverkar de anställdas tillfredsställelse och stöd, att det är desto viktigare med stöd på arbetet så att välmående uppnås. Har man inget stöd på arbetet blir det svårt att trivas och därför mår man automatiskt sämre. Att man mår sämre på grund av enformiga kundkontakter innebär att det är desto viktigare med stödet på arbetet för att upprätthålla en god psykisk hälsa om arbetet är enformigt.

I regressionsanalysen där tillfredsställd och stöd var beroendevariabel visade det sig att de äldre anställda och anställda med längre yrkeserfarenhet kände sig mindre tillfredsställda med stödet de fick på arbetet, när de spelade mer roller. Dessutom ansåg många deltagare, oavsett ålder, att stöd och bra arbetskamrater är väldigt viktigt för trivseln på arbetet. Detta visar hur pass avgörande det emotionella klimatet verkligen är för serviceanställdas trivsel i sitt dagliga arbete, då uppmuntran och gemenskap både ses som motiverande och utvecklande. Detta styrker den tidigare forskningen i och med att den stöttande atmosfären bidrar till ett förbättrat emotionellt arbete av de anställda (Goffman, 1959; Hallström, 1984, 1992; Härtel et al., 2008; Naessén, 1994; Nyström & Wallén, 2002; Seymour & Sandiford, 2007).

Utifrån den kvalitativa frågan i enkäten framkom det även här tydligt vilka två punkter som deltagarna ansåg var viktigast för deras trivsel/vantrivsel, nämligen sina arbetskamrater och kundinteraktionerna, och därför togs dessa med i resultatet, då de ger en djupare inblick i de anställdas välmående. Deltagarna såg sina arbetskamrater som den främsta anledningen till deras arbetstrivsel, vilket vi anser är logiskt då människan är en social varelse som trivs i grupp. Betydelsen av tillfredsställelse och kontroll för anställdas välmående stärker vad tidigare forskare sagt om yrkesautonomi (Grandey et al., 2004), det vill säga att det reducerar stressen och den emotionella utmattningen samt att ju mer kontroll denne känner över sitt arbete och ju mer stöd den upplever sig få, desto mindre påverkar otrevliga och negativa kunder deras välmående.

Den kvalitativa frågan redovisade vidare att kunder kan vara en källa till både trivsel och vantrivsel, beroende på om de är trevliga och positiva eller otrevliga och klagande (Grandey et al., 2004). Att antalet som tyckte att kunder var en källa till vantrivsel var så litet, kan bero på att anställda inte tar åt sig av negativa eller otrevliga kunder, utan att de accepterar det som en del av arbetet, likt vad tidigare forskare redovisat (Grandey et al., 2004; Nyström & Wallén, 2002; Yagil, 2008). Den kvalitativa frågan stödjer även tidigare forskningsresultat om emotionell smitta (Dallimore et al., 2007; Pugh, 2001; Zapf & Holz, 2006) där kunders stämningsslägen kan smitta av sig på den serviceanställda, genom flera kommentarer där anledningar till att anställda inte trivs var just negativa kunder. I likhet med tidigare forskning (Hallström, 1984; 1992, Naessén, 1994, Nyström & Wallén, 2002) har kundkontakten även i denna studie visat sig vara central. En anledning, utifrån resultatet av den kvalitativa frågan, till att yngre upplever kundkontaktarna som mer positiva kan, enligt oss, vara att dessa inte har upplevt samma mängd negativa kundkontakter som de äldre medarbetarna har och därför inte reflekterat över detta på samma sätt. Vi är av den åsikten att anställda med kortare yrkeserfarenhet anser sig behöva behärska sig mer i en kundinteraktion för att leva upp till organisationens krav och mål. De med längre yrkeserfarenhet visade sig se behärsningen som mindre viktig och detta kan, enligt vår uppfattning, bero på att de inte längre lägger samma mängd energi på att leva upp till organisationens krav.

Över lag hade majoriteten av de äldre och de med längre yrkeserfarenhet mer negativa kommentarer om sitt arbete än de yngre och de med kortare yrkeserfarenhet. Detta, anser vi, kan ha att göra med att de yngre och de med kortare yrkeserfarenhet inte har hunnit uppleva alla tänkbara situationer som de äldre och de med längre yrkeserfarenhet kan ha upplevt, som innehåller både de negativa och positiva aspekterna av yrket. Som Härtel et al., (2008) skriver är kundmötet en emotionell händelse, som kan få både negativa och positiva konsekvenser för den anställda. Vår uppfattning är att ju äldre en anställd är och ju längre denne har arbetat,



desto mer erfarenheter borde den ha, både negativa och positiva. Detta kan förklara varför de äldre och de med längre yrkeserfarenhet hade mer negativa kommentarer om sitt arbete än de yngre och de med kortare yrkeserfarenhet. Däremot kan detta även visa på positiva erfarenheter, där den anställde istället känner tillfredsställelse och ser kundmötet som något positivt.

### *Hot mot reliabilitet och validitet*

Ett hot mot validiteten i den föreliggande studien kan vara bortfallet av deltagare, då detta var 35 procent. Vi ansåg ändå att materialet var intressant och värt att analysera då inga liknande studier blivit funna, och eftersom deltagarna skiljde sig mycket åt på ålder, kön, civilstånd, yrkeserfarenhet samt vilken station de arbetade på. Dessutom ansåg många deltagare att påståenden i enkäten var upprepande, ”Det var väl många frågor som var likvärdiga. Kändes som att det var repeterande” (7 av 16 kommenterande personer). Detta kan ha lett till att reliabiliteten sänkts, då deltagare möjligen valde att avstå från att besvara vissa frågor av detta skäl. Vi ansåg dock att dessa frågor var nödvändiga för att ge oss ett bra underlag för analysering och för att behålla meningen i ursprungliga index.

Ytterligare en svaghet med föreliggande studie kan vara den ojämna fördelningen av åldrar och yrkeserfarenhet hos de svarande. Hade det varit en mera jämn fördelning kanske resultatet hade sett annorlunda ut. Dessutom kunde ett större material ge bättre möjlighet att konstruera undergrupper där ålder och yrkeserfarenhet inte var så tätt förknippade. Till sist kan det även vara en svaghet för denna studie att vi själva översatte de engelskspråkiga mätinstrument som använts, då detta kan vara ett forskningsbias.

### *Slutsats*

De SJ-anställdas välmående och tillfredsställelse och stöd på arbetet påverkades av enformiga kundkontakter och i vilken grad de upplevde sig spela roller. Dessutom påverkades de anställdas tillfredsställelse med och kontroll över sitt arbete av deras välmående och hur tillfredsställda de var och med det stöd de fick. Resultat visade att äldre anställda och anställda med längre yrkeserfarenhet hade ett starkare samband med krav och välmående på arbetet än yngre anställda och anställda med kortare yrkeserfarenhet, vilket hjälper till att besvara våra båda underfrågor. Detta resultat framkom efter utförda regressioner med ålder- och yrkeskategorisering, och är inte taget utifrån den ursprungliga korrelationen. De äldre anställda och de anställda med längre yrkeserfarenhet kände mer välmående ju mindre de spelade roller på arbetet, än de yngre och de med kortare yrkeserfarenhet. Dessutom var de äldre och de med längre yrkeserfarenhet mer tillfredsställda och upplevde sig ha mer stöd på arbetet ju mindre de spelade roller, än de yngre och de med kortare yrkeserfarenhet. Svaren på studiens frågor blir därmed:

1. Äldre anställda klarar till en högre grad av emotionellt arbete, när de känner välmående.
2. Anställda med längre yrkeserfarenhet klarar till en högre grad av emotionellt arbete, när de känner välmående.

Slutsatsen av denna studie visar alltså att det finns ett samband mellan hur ålder och yrkeserfarenhet påverkar en SJ AB anställds grad av emotionellt arbete i kundkontakter, nämligen att äldre anställda och anställda med längre yrkeserfarenhet hade ett starkare

samband med krav och välmående än yngre anställda och anställda med kortare yrkeserfarenhet, och därför är det de som klarar av emotionellt arbete bättre.

### *Framtida forskning*

För framtida forskning kan en kvalitativ studie rekommenderas, då en sådan eventuellt skulle kunna ge ett annorlunda och mer komplext resultat mot vad denna kvantitativa studie har gjort, i form av större möjligheter att se till individens känslor och upplevelser. Dessutom skulle ett större stickprov vara önskvärt för att uppnå ett mer definitivt resultat, med en jämnare köns- och åldersfördelning.

### Referenslista

- Abiala, K. (1999). Customer orientation and sales situations: Variations in interactive servicework. *Acta Sociologica*, 42, 207-222.
- Ashforth, B. E. & Humphrey, R. H. (1993). The influence of identity. *The Academy of Management Review*, 18, 88-115.
- Anleu, S.R. & Mack, K. (2005). Magistrates' everyday work and emotional labour. *Journal of Law and Society*, 32, 590-614.
- Bell, S. J. & Luddington, J. A. (2006). Coping with customer complaints. *Journal of Service Research*, 8, 221-233.
- Brotheridge, C. M. & Grandey, A. A. (2002). Emotional labor and burnout: Comparing two perspectives of "people work". *Journal of Vocational Behavior*, 60, 17-39.
- Dallimore, K. S., Sparks, B. A. & Butcher, K. (2007). The influence of angry customer outbursts on service providers' facial displays and affective states. *Journal of Service Research*, 10, 78-92.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H & Gosserand, R. H. (2004). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategies. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 339-359.
- George, J. M. (1998). Salesperson mood at work: Implications for helping customers. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, 18, 23-30.
- Goffman, E. (1959). *Jaget och maskerna: En studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Prisma: Norstedts akademiska förlag.
- Grandey, A. A. (2000). Emotion regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5, 95-110.
- Grandey, A. A. (2003). When "the show must go on": Surface acting and deep acting as determinants of emotional exhaustion and peer-rated service delivery. *Academy of Management Journal*, 46, 86-96.
- Grandey, A. A., Dickter, D. N & Sin, H. P. (2004). The customer is not always right: Customer aggression and emotion regulation of service employees. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 397-418.
- Grandey, A. A., Fisk, G. M., Mattila, A. S., Jansen, K. J & Sideman, L. A. (2005). Is "service with a smile" enough? Authenticity of positive displays during service encounters. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 96, 38-55.
- Gross, J. J. & John, O. P. (1995). Facets of emotional expressivity: Three self-report factors and their correlates. *Personal Individual Differences*, 10, 555-568.
- Hallström, A. (1984). *Att leda och utveckla kundservice*. Lund: Studentlitteratur.
- Hallström, A. (1992). *Att skapa långsiktiga kundrelationer: En bok om mänskliga känslor och engagemang*. Lund: Studentlitteratur.
- Heuven, E., Bakker, A. B., Schaufeli, W. B. & Huisman, N. (2006). The role of self-efficacy in performing emotion work. *Journal of Vocational Behavior*, 69, 222-235.

- Hochschild, A. R. (1979). Emotion work, feeling rules and social structure. *The American Journal of Sociology*, 85, 551-575.
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of human feeling*. Berkeley, California: University of California Press.
- Hovmark, S. & Thomsson, H. (1995). *ASK – ett frågeformulär för att mäta arbetsbelastning, social stöd, kontroll och kompetens i arbetslivet* (Rapport nr. 86). Stockholms Universitet, Psykologiska institutionen.
- Härtel, C. E. J., Gough, H. & Härtel, G. F. (2008). Work-group emotional climate, emotion management skills, and service attitudes and performance. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 46, 21-37.
- Jönsson, M. & Nilsson, C. (2005). *Vad förklarar hälsan hos de anställda på Vägverkets regionkontor i Kristianstad?* Kandidatuppsats i psykologi, Kristianstad: Högskolan i Kristianstad.
- Kruml, S. M. & Geddes, D. (2000). Exploring the dimensions of emotional labor. *Management Communication Quarterly*, 14, 8-49.
- Luong, A. (2005). Affective service display and customer mood. *Journal of Service Research*, 8, 117-130.
- Martínez-Iñigo, D., Totterdell, P., Alcover, C. M. & Holman, D. (2007). Emotional labour and emotional exhaustion: Interpersonal and intrapersonal mechanisms. *Work & Stress*, 21, 30-47.
- Mattila, A. S. & Enz, C. A. (2002). The role of emotions in service encounters. *Journal of Service Research*, 4, 268-277.
- Mattila, A. S., Grandey, A. A. & Fisk, G. M. (2003). The interplay of gender and affective tone in service encounter satisfaction. *Journal of Service Research*, 6, 136-143.
- Morris, J. A. & Feldman, D. C. (1996). The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *The Academy of Management Review*, 21, 986-1010.
- Morris, J. A. & Feldman, D. C. (1997). Managing emotions in the workplace. *Journal of Managerial Issues*, 9, 257-274.
- Naessén, L.-O. (1994). *Bättre service. Hur du utvecklar dig själv och får nöjda kunder*. Uppsala: Konsultförlaget AB.
- Nyström, J. & Wallén M. (2002). *Ansiktet utåt: Om service i frontlinjen och korta kundkontakter*. Malmö: Liber.
- Pugh, S. D. (2001). Service with a smile: Emotional contagion in the service encounter. *Academy of Management Journal*, 44, 1018-1027.
- Rafaeli, A. & Sutton, R. I. (1987). Expression of emotions as part of the work role. *Academy of Management Review*, 12, 23-37.
- Rafaeli, A. & Sutton, R. I. (1990). Busy stores and demanding customers: How do they affect the display of positive emotion? *The Academy of Management Journal*, 33, 623-637.
- Rupp, D. E. & Spencer, S. (2006). When customers lash out: The effects of customer interactional injustice on emotional labor and the mediating role of discrete emotions. *Journal of Applied Psychology*, 91, 971-978.
- Seymour, D. & Sandiford, P. (2005). Learning emotion rules in service organizations: Socialization and training in the UK public-house sector. *Work, Employment and Society*, 19, 547-564.
- Seymour, D. & Sandiford, P. (2007). The concept of occupational community revisited: Analytical and managerial implications on face-to-face service occupations. *Work, Employment and Society*, 21, 209-226.
- Sjöberg, L., Svensson, E., & Persson, L.-O. (1979). The measurement of mood. *Scandinavian Journal of Psychology*, 20, 1-18.

- Tracy, S. J. (2005). Locking up emotion: Moving beyond dissonance for understanding emotion labor discomfort. *Communication Monographs*, 72, 261-283.
- Van Dolen, W., Lemmink, J., Mattsson, J. & Rhoen, I. (2001). Affective consumer responses in service encounters: The emotional content in narratives of critical incidents. *Journal of Economic Psychology*, 22, 359-376.
- Yagil, D. (2008). When the customer is wrong: A review of research on aggression and sexual harassment in service encounters. *Aggression and Violent Behavior*, 13, 141-152.
- Zapf, D. & Holz, M. (2006). On the positive and negative effects of emotion work in organizations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 15, 1-28.

## Appendix

Hej!

Vi är två tjejer som gör ett examensarbete vid Mälardalens högskola i Västerås. Just nu vill vi genomföra en enkätundersökning vid flera av SJs resebutiker runt om i Sverige.

Syftet med undersökningen är att kartlägga olika aspekter på arbetet. Vi ser också på vad erfarenhet i jobbet leder till.

Ditt deltagande är frivilligt och innebär fullständig konfidentialitet, dvs. att ingen vet vad just du svarat. Du kan när som helst avbryta din medverkan utan några som helst följder eller konsekvenser. Samtidigt som Du hjälper oss, ger det Dig en möjlighet att framföra Dina åsikter. Enkäten tar cirka 10 minuter att fylla i.

Dina svar är värdefulla för oss, och vi önskar och hoppas att Du fyller i enkäten så sanningsenligt och fullständigt som möjligt.

Tack på förhand för din medverkan!

Med vänliga hälsningar

Jennie Sjöström & Therése Carlsson

(Vår handledare heter Anna-Christina Blomkvist.)

Vid eventuella frågor i samband med enkäten, kontakta oss på:

Jennie Sjöström  
Tfn: 0702624078

Therése Carlsson  
Tfn: 0735856407

Email: [jsm06005@student.mdh.se](mailto:jsm06005@student.mdh.se)

Email: [tkn06002@student.mdh.se](mailto:tkn06002@student.mdh.se)

## Bakgrundsfrågor

*Svara i heltal*

1) Jag är \_\_\_\_\_år.

Kryssa i ditt svar nedan

2) Jag är:  Man  Kvinna

*Kryssa i ditt svar nedan*

3) Jag är:

- Sambo/Särbo/Gift med barn
- Sambo/Särbo/Gift utan barn
- Ensamstående med barn
- Ensamstående utan barn

*Svara i heltal*

4) Jag har arbetat hos SJ i \_\_\_\_\_år.

*Svara i heltal*

5) På resebutiken där jag arbetar finns \_\_\_\_\_heltidsanställda.

*Kryssa i ditt svar nedan*

6) Resebutiken där jag arbetar är en...  Alfa(stor) butik  
 Beta(medelstor) butik  
 Gamma (liten) butik

*Svara i fortsättningen med det svar som först faller dig in och tänk inte för länge på någon fråga!*

---

### Om behärskning i arbetet

*Ringa in ditt svar nedan*

	Aldrig				Alltid
1) I ett möte med en kund döljer jag ofta de känslor jag har i situationen	1	2	3	4	5

2) I ett möte med en kund undviker jag att visa mina känslor	1	2	3	4	5
3) I ett möte med en kund låtsas jag ofta att jag har känslor som jag egentligen inte har	1	2	3	4	5
4) I ett möte med en kund anstränger jag mig för att faktiskt känna de känslor som jag uppvisar	1	2	3	4	5
5) I ett möte med en kund försöker jag att faktiskt känna de känslor som jag måste uppvisa som en del av mitt jobb	1	2	3	4	5
6) Om en kund är upprörd eller stressad så försöker jag att lugna kunden	1	2	3	4	5
7) Jag behåller lugnet även när jag är chockad/förbluffad	1	2	3	4	5
8) Om en kund har hamnat i en svår situation så visar jag sympati (genom att säga t.ex. att jag "förstår" eller att jag är ledsen för deras skull etc.)	1	2	3	4	5
9) Jag visar vänliga känslor mot kunder (t.ex. att jag ler, ger komplimanger, småpratar etc.)	1	2	3	4	5
10) När en kund gör eller säger något otrevligt/obehagligt/opassande så döljer jag min ilska och mitt missnöje	1	2	3	4	5
11) När jag blir skrämmd av en kund döljer jag min rädsla	1	2	3	4	5

---

### Om roller i arbetet

Ringa in ditt svar nedan

	Instämmer inte alls			Instämmer helt	
1) Jag spelar en roll för att hantera kunder på ett lämpligt sätt	1	2	3	4	5
2) Jag fejkar ett bra humör när jag interagerar med kunder	1	2	3	4	5

3) Jag showar /"gör ett framträdande" när jag möter kunder	1	2	3	4	5
4) Jag låtsas ha de känslor som jag behöver uppvisa i mitt yrke	1	2	3	4	5
5) Jag "sätter på mig en mask" för att kunna uppvisa de känslor som behövs för yrket	1	2	3	4	5
6) Jag visar känslor för kunden som skiljer sig från vad jag känner inombords	1	2	3	4	5
7) Jag fejkar de känslor jag visar när jag hanterar kunder	1	2	3	4	5
8) Jag försöker att verkligen uppleva de känslor som jag måste visa för kunderna	1	2	3	4	5
9) Jag gör en ansträngning för att verkligen känna de känslor som jag måste uppvisa gentemot andra	1	2	3	4	5
10) Jag jobbar hårt för att känna de känslor som jag måste uppvisa för kunderna	1	2	3	4	5
11) Jag jobbar med att utveckla de känslor inom mig som jag måste uppvisa för kunderna	1	2	3	4	5
12) De känslor jag uttrycker mot kunder är genuina/äkta	1	2	3	4	5
13) De känslor jag uppvisar mot kunder är naturliga	1	2	3	4	5
14) De känslor jag uppvisar mot kunder matchar vad jag spontant känner	1	2	3	4	5
15) När en kund höjer rösten höjer jag rösten tillbaka	1	2	3	4	5
16) I min yrkesroll tolererar jag personliga angrepp mer än i min privata roll	1	2	3	4	5

---

### Om regler för positivt agerande

Ringa in ditt svar nedan

Instämmer inte alls

Instämmer helt



1) En del av mitt jobb är att göra kunder nöjda	1	2	3	4	5
2) Min arbetsplats förväntar sig inte att jag ska uttrycka positiva känslor mot kunder som en del av mitt arbete	1	2	3	4	5
3) SJ AB anser att en del av tjänsten vi erbjuder till kunder är vänlig och glad service	1	2	3	4	5
4) SJ AB förväntar sig av mig att jag ska försöka agera positivt och entusiastiskt i mitt möte med kunder	1	2	3	4	5
5) Jag anser mig ha en professionell attityd på arbetet	1	2	3	4	5

---

### Om regler för negativt agerande

Ringa in ditt svar nedan

	Instämmer inte alls			Instämmer helt	
1) Jag förväntas dölja mitt dåliga humör eller negativa reaktioner för kunder	1	2	3	4	5
2) SJ AB förväntar sig att jag låtsas att jag inte är upprörd eller bekymrad	1	2	3	4	5
3) Jag förväntas försöka låtsas att jag inte är arg eller känner förakt medan jag befinner mig på arbetet	1	2	3	4	5

---

### Om kundkontakter

Ringa in ditt svar nedan

	Instämmer inte alls			Instämmer helt	
1) Jag möter många olika typer av kunder varje dag	1	2	3	4	5
2) Jag har många möten med kunder under en typisk arbetsdag	1	2	3	4	5

3) Jag spenderar mycket tid med varje kund som jag möter	1	2	3	4	5
4) De flesta av mina kundmöten är korta	1	2	3	4	5
5) Mitt arbete med kunder är rutinmässigt	1	2	3	4	5
6) Jag genomför samma uppgifter på samma sätt från dag till dag	1	2	3	4	5
7) Jag genomför repeterande/enformiga aktiviteter i mitt möte med kunder	1	2	3	4	5
8) Jag får råd, förslag och hjälp av arbetskamrater om det uppstår problem med kunder	1	2	3	4	5

---

### Att uttrycka känslor på arbetet

Ringa in ditt svar nedan

	Instämmer inte alls				Instämmer helt
1) När som helst när jag känner positiva känslor på arbetet kan andra människor lätt se exakt vad jag känner	1	2	3	4	5
2) Ibland gråter jag under sorgsna filmer	1	2	3	4	5
3) Människor kan oftast inte ana vad jag känner när jag är på arbetet	1	2	3	4	5
4) På arbetet skrattar jag högt när någon berättar ett skämt som jag tycker är roligt	1	2	3	4	5
5) Det är svårt för mig att dölja min rädsla när jag är på arbetet	1	2	3	4	5
6) När jag är glad på arbetet syns mina känslor	1	2	3	4	5
7) Min kropp reagerar väldigt starkt på känslosamma situationer när jag är på arbetet	1	2	3	4	5
8) Jag har lärt mig att det är bättre att dämpa/förbjuda min ilska på arbetet än att visa den	1	2	3	4	5
9) Oavsett hur nervös eller upprörd jag är på arbetet, försöker jag att behålla ett yttre lugn	1	2	3	4	5

10) Jag är en person som ofta visar mina känslor på arbetet	1	2	3	4	5
11) Jag har starka känslor på arbetet	1	2	3	4	5
12) Ibland kan jag inte dölja mina känslor på arbetet, fastän jag vill det	1	2	3	4	5
13) När som helst när jag känner negativa känslor på arbetet kan andra människor lätt se exakt vad jag känner	1	2	3	4	5
14) Det har funnits tillfällen på arbetet då jag inte har kunnat sluta gråta fastän jag har försökt	1	2	3	4	5
15) Jag upplever mina känslor som väldigt starka när jag är på arbetet	1	2	3	4	5
16) Vad jag känner när jag är på arbetet står skrivet över hela ansiktet	1	2	3	4	5

Den här skalan består utav ett antal ord som beskriver olika känslor och emotioner som du kan uppleva i ditt arbete. Läs varje ord och ringa sedan in det lämpliga svaret bredvid det ordet. Markera till vilken grad du har känt på detta sätt under den senaste veckan.

	Väldigt lite eller inte alls	Lite	Måttligt	Rätt mycket	Extremt mycket
1. Belåten	1	2	3	4	5
2. Glad	1	2	3	4	5
3. Nedslagen	1	2	3	4	5
4. Harmonisk	1	2	3	4	5
5. Optimistisk	1	2	3	4	5
6. Pessimistisk	1	2	3	4	5
7. Illa till mods	1	2	3	4	5
8. Olycklig	1	2	3	4	5
9. På gott humör	1	2	3	4	5
10. Bekymrad	1	2	3	4	5
11. Resignerad	1	2	3	4	5
12. Obekymrad	1	2	3	4	5

*Kontroll, krav och stöd på arbetet*

**Ringa in ditt svar nedan**

	Instämmer inte alls				Instämmer helt
1) Jag känner mig begränsad i min yrkesroll när det kommer till att visa känslor	1	2	3	4	5
2) Negativa kunder påverkar mig på det sätt att min prestation på arbetet sjunker/försämras	1	2	3	4	5
3) Efter ett negativt kundbesök kan jag släppa taget och koncentrera mig på nästa kund	1	2	3	4	5
4) Arbetskamrater underlättar klimatet på arbetet	1	2	3	4	5
5) Arbetet kräver mycket av mig som anställd	1	2	3	4	5
6) Det händer att jag känner mig otillräcklig i arbetet	1	2	3	4	5
7) Jag känner mig stressad på arbetet	1	2	3	4	5
8) Jag får tillräcklig uppskattning för min arbetsinsats	1	2	3	4	5
9) Jag känner mig omtyckt och uppskattad av arbetskamrater	1	2	3	4	5
10) Jag har stort inflytande över mina arbetsuppgifter	1	2	3	4	5
11) Jag har svårt att lämna arbetet efter avslutad arbetsdag	1	2	3	4	5
12) Mitt arbete är fysiskt krävande	1	2	3	4	5
13) Mitt arbete är psykiskt krävande	1	2	3	4	5
14) Jag känner mig tillfredsställd när jag går hem från jobbet	1	2	3	4	5

	Instämmer inte alls				Instämmer helt
15a) Jag trivs inte alls på mitt arbete	1	2	3	4	5

15b) Vad är det som får mig att trivas/inte trivas?

---



---



---

16) I stort sett klarar jag mitt arbete mycket bra	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

17) Som helhet är jag mycket nöjd med mitt arbete	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

18) Jag ser fram emot att kunna arbeta på SJ i minst fem år framåt	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

19) Jag skulle vilja tillägga/komplettera med detta:

---



---



---



---



---



---



---



---



---

Tack för din medverkan!