LUND UNIVERSITY

Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar

Andersson Cederholm, Erika; Sjöholm, Carina

2014

Link to publication

Citation for published version (APA):
Andersson Cederholm, E., & Sjöholm, C. (Red.) (2014). *Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar*. (Skriftserie Institutionen för service management och tjänstevetenskap; Vol. 1). Institutionen för service management och tjänstevetenskap, Lunds universitet.

Total number of authors:
2

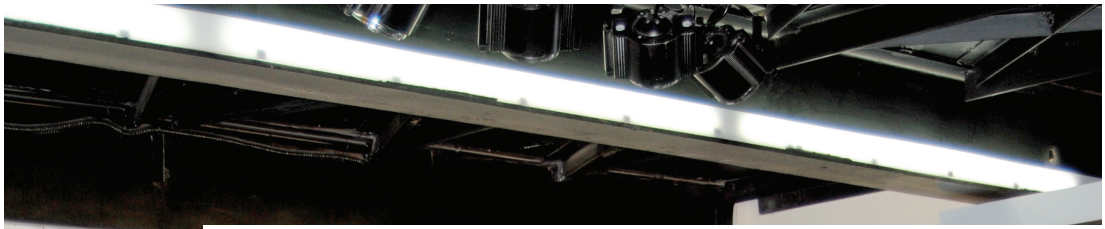
General rights
Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:
Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.
• Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
• You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
• You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: https://creativecommons.org/licenses/

Take down policy
If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00



LUNDS UNIVERSITET

Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar

INST FÖR SERVICE MANAGEMENT OCH TJÄNSTEVETENSKAP
ERIKA ANDERSSON CEDERHOLM & CARINA SJÖHOLM (RED.)

REDAKTÖRER
Erika Andersson Cederholm, erika.andersson_cederholm@ism.lu.se
Carina Sjöholm, carina.sjoholm@ism.lu.se
© Författarna 2014

LUNDS UNIVERSITET
Institutionen för service management och tjänstevetenskap
Universitetsplatsen 2
Box 882, 251 08 Helsingborg
www.ism.lu.se

ISBN 978-91-982330-1-8 (tryck), 978-91-982330-0-1 (pdf)
Tryck: Media-Tryck, Lunds universitet, Sverige
Fotograf omslagsbild: Carina Sjöholm

Innehållsförteckning

INLEDNING
Erika Andersson Cederholm & Carina Sjöholm 4

"JAG ÄR SOM EN TALANDE SPEGEL". FÖRTROENDEBYGGANDE STRATEGIER I PERSONLIGA TJÄNSTER
Karin Salomonsson 13

RÄTT KLÄDD PÅ JOBBET. TILLHÖRIGHET, UTSEENDE OCH GENUS I DETALJHANDELN
Magdalena Petersson McIntyre 25

"DET HÄR BÄR SIG INTE, DET HÄR ÄR DET NÅGON SOM FINANSIERAR". FÖRETAGANDE I KVINNOMARGINALEN
Ida de Wit Sandström 37

SERVICEARBETE PÅ MARGINALEN. NÄR ILLUSIONEN OM ETT YRKE BLIR MER SANN ÄN VERKLIGHETEN
Jack Lainpelto 45

VÄLFÄRDSARBETETS VÄRDE OCH PRIS. ERFARENHETER AV KOMMUNALSTREJKEN 2003
Kristin Linderoth 57

OOPS … POPCORN PÅ GOLVET OCH EN SPYA I BADRUMMET. OM SERVICEARBETE I GÄSTERNAS ABSOLUTA NÄRHET
Veronica Åberg 74

SERVICEARBETET I TID OCH RUM. OM MOBILITETENS VARA OCH ICKE VARA I LIVSSTILSENTREPRENÖRENS VARDAG
Malin Zillinger 90

KUSTNÄRA YRKESFISKE I OMVANDLING. REFLEKTIONER KRING EN TRADITIONELL NÄRING I SAMTIDEN
Malin Andersson 103

Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar

ERIKA ANDERSSON CEDERHOLM OCH CARINA SJÖHOLM

Serviceproducerande organisationer befinner sig i ett samhälleligt, ekonomiskt och kulturellt spänningsfält. Det finns många och ofta motstridiga krav på hur servicearbetet ska utformas och av vem. Var ska gränserna dras mellan effektivitet och krav på lönsamhet, och förväntningar på en nära och tidskrävande ”personlig service”? Hur förhåller man sig till samhälleliga förväntningar och ideal kring jämställdhet, frihet och flexibilitet? Servicebranschen reproducerar inte sällan köns- och klasskodade föreställningar om vem som utför vilket arbete, hur och när. Många av de klassiska servicebranscherna, som turism, hotell, restaurang, handel, har ett skimmer av glamour eftersom de möjliggör konsumtion av livsstilar, resor, skönhets- och hälsoprodukter. Samtidigt finns ett ständigt pockande krav på hållbarhet och med det den ständigt kritiska frågan kring konsumtionssamhällets baksidor.

Dagens förväntningar på flexibilitet är i många fall formgivande för människors vardag och genererar motsägelsefulla förväntningar på yrkesutövning, identitetsskapande och sociala relationer. Gränser mellan arbetstid och ledig tid omförhandlas ständigt. En del gränser tenderar att bli allt mer utsuddade medan andra förstärks. Detta omfattar bland annat hur och var arbetet organiseras; hur intimt människors identitetsskapande är förknippat med deras försörjning och hur sociala relationer organiseras och prioriteras i förhållande till arbetsliv och familjeliv.

På ett plan tycks mycket av servicearbetet utföras på ett sätt som det alltid gjort. Butiksbiträden hjälper till och vi blir glada för det lilla extra vi kan få i butiken i form av extra hjälpsamhet eller vänlighet. Hotellrummen blir städade på ganska likartade sätt, liksom matens serveras och plockas undan på restaurangen och så vidare. Samtidigt är det mycket som förändras kring

kunders och klienters förväntningar och därmed servicearbetets villkor. Nya marknader dyker upp, och nya serviceyrken som inte tidigare funnits blir till. Tjänster som tidigare utfördes utanför en marknad har fått ett marknadsvärde. Det rör inte minst hushållsnära och omsorgstjänster där man i västvärlden generellt har förflyttar gränserna mellan vad som tillhör den privata sfärens obetalda arbete och det som prissätts på en marknad (Boris & Parreñas 2010, Hochschild 2003, 2011). I Sverige finns en allt större acceptans för att betala för exempelvis barnpassning och läxhjälp utanför den etablerade skol- och omsorgsverksamheten. Det finns på så vis ett gränsland mellan marknad och familjeliv där tjänster köps och säljs, och nya yrkesroller inom hushållsnära tjänster etableras. Nya nischer kring både familjeliv och hemmet öppnar också upp för nya statusdistinktioner, mellan både dem som köper och säljer tjänsterna. Yrken blir både ned- och uppgraderade, och signalvärdet av att inte bara ha råd, men också att uppskatta värdet av vissa typer av tjänster hos köparen, förstärker distinktioner. Städhjälpen som också kan hjälpa till med att hämta barnen från skolan, och hjälpa till med deras läxor, konkurrerar med specialiserade läxhjälpsföretag, ibland inriktade på speciell pedagogik. Om du ska flytta anlitar du kanske inte bara en städfirma, utan passar även på att köpa en home-styling av inredningsexperter. När trädgården ändå ska höststädas kan en arborist anlitas för att se hur de större träden mår eller en trädgårdsdesigner föreslå ljussättning i trädgården inför vinterns mörker.

Även yrken inom lantbruket, som ofta uppfattas som en traditionell näring och mer sällan förknippas med servicenäringen, genomgår förändringar. Många landsbygdsföretag har blivit en del av en upplevelseekonomi, och erbjuder tjänster som gårdsförsäljning, servering, rundvisning av odlingarna, och övernattning. En del landsbygdsföretagare identifierar sig som turistföretagare, samtidigt som många inser värdet av att hålla kvar det traditionella och lantliga eftersom de också säljer ”drömmen om landsbygden” eller ”livet som lantbrukare” till besökarna (Andersson Cederholm & Sjöholm 2014). Landsbygdens näringar är på så vis en integrerad del av en serviceekonomi där kundmöten står i fokus, och där emotionella symbolvärden är hårdvaluta.

Den samtida upplevelsen av tradition och föränderlighet bidrar till vad man kan kalla servicenäringarnas spänningsfält. Sociala strukturer kan tyckas tröga men de ändras också, eller kanske upplevs de som mer föränderliga för vissa

grupper i samhället. En del människor ges möjlighet till valfrihet i sitt yrkesliv, upplever kreativitet och självförverkligande medan andra i allt högre grad cementeras på lägre positioner utan utvecklingsmöjligheter, inflytande och med osäkra anställningsvillkor. Därmed är exempelvis klass, kön, generation och etnicitet centrala faktorer i senmodernitetens arbets- och livsvillkor. De har en strukturerande verkan även om den enskilda servicearbetaren upplever sig fri och flexibel, med alla möjligheter att förverkliga sig själv genom interaktivt arbete med andra människor i en kreativ miljö. För den egna företagaren är friheten att råda över sig själv ofta ett viktigt motiv, och passionen för företaget går hand i hand med den mer instrumentella delen av verksamheten. För familjeföretagaren kan inflätningen i det privata och företaget ses som en livsform som man mer eller mindre föds in i (Johannison 2012) och för andra är det en mer uttalad livsstil (Andersson Cederholm 2014, Andersson Cederholm & Sjöholm 2014). Också för dem som arbetar i den så kallade kreativa industrin, lyfts passion och frihet fram som en viktig drivkraft, men som samtidigt har en baksida. Det kan vara svårare att kräva och realisera lagstadgade rättigheter som föräldraledighet, semester mm, när hela arbetslivet byggs upp kring förväntningar på det egna frivilliga valet. Om du vill ha semester när dina barn är lediga, varför har du då valt att arbeta med det här? Det fria arbetet, eller åtminstone förväntningarna och normerna kring frihet, kan bli en begränsning.

Även om flera teoretiker belyst det senmoderna samhällets individualiseringsprocesser (Beck & Beck-Gernsheim 2002, Giddens 1991), och upplevelsen av det fria valet i både liv och yrken kan tyckas så mycket större idag, har andra belyst klass- och genusstrukturer i dagens flexibla yrkesliv som ifrågasätter innebörden i det fria och ”passionerade” arbetet (Arvidsson, Malossi & Naro 2010, Gill 2002). I vissa branscher kan också själva idén om det fria, och ibland ”kreativa”, jaget som får fritt spelrum i arbetet, bli en tvångströja. Spänningen mellan enskilda aktörers möjligheter till individuell frihet och kreativitet i arbetet, och strukturella begränsningar, är ständigt närvarande. Den tar sig komplexa uttryck i det vardagliga arbetet. I vissa sammanhang kan det till synes fria arbetet vara begränsande. I andra sammanhang kan ett till synes normstyrt arbete, med exempelvis starkt genuskodade serviceroller som till och med kan vara uttryck för en ”återtraditionalisering” (Adkins 1999),

i vissa fall skapa frirum för reflektion och förändring (Andersson Cederholm 2014, Banks & Milestone 2011, Brandth & Haugen 2007).

EN WORKSHOP OM SERVICEARBETETS "MARGINALER"

Detta temanummer om "servicearbetets förvandlingar och förhandlingar" tar sin utgångspunkt i de ständigt föränderliga villkor som servicearbetet står inför. Temanumret har sin upprinnelse i en workshop på Institutionen för service management och tjänstevetenskap, vid Lunds universitet (LU), med temat "Service på marginalen". Både workshopen och temanumret är en tvärvetenskaplig ansats med deltagare från Institutionen för service management och tjänstevetenskap, och inbjudna gäster från Institutionen för kulturvetenskaper (LU) och Genusvetenskap (LU), samt Centrum för konsumtionsstudier vid Göteborgs universitet. Under workshopen framkom det att mångas erfarenheter är att det finns gott om mer normativ litteratur om hur man ger bra service men inte så mycket om arbetsvillkor i servicebranschen. En kritisk och reflekterande ansats, grundad i empiriska studier som sätter servicearbetet i sitt specifika sociala sammanhang, har varit en utgångspunkt i både workshopen och temanumret.

Samtliga deltagare i workshopen har förhållit sig till temat "service på/i marginalen", vilket fungerade utmärkt att diskutera utifrån. Många intressanta frågor ställdes och väcktes då "marginal" visade sig vara ett mångfacetterat begrepp när det tillämpas på servicearbete. Marginal kan ha en kritisk innebörd, som att bli "marginaliserad" på en arbetsmarknad och i ett samhälle där arbetets värde inte värderas särskilt högt i monetära termer. "Marginal" kan också ha en mer abstrakt, analytisk betydelse. Servicearbete i spänningsfält mellan olika krav och förväntningar, eller mellan olika sociala sfärer som det nära och personliga å ena sidan och det ekonomiska och instrumentella å andra sidan, kan ses som en marginal-sfär. Det kan också liknas vid antropologen Victor Turners (1969) begrepp liminalitet; en slags "varken-här-eller-där" tillvaro, en mellanzon med oklara strukturer. I en sådan liminal zon kan traditionella roller och förväntningar ifrågasättas, reflekteras kring, och nya roller prövas. Ambivalenser och dilemman kommer upp till ytan. Ett exempel kan vara tillfälliga projektarbeten, med en tydlig början och slut, där personerna tempo-

rärt befinner sig utanför det vardagliga arbetet. Gamla roller kan kastas bort, och en mer egalitär struktur upprättas. Det är emellertid inte alltid som det ”marginala” innebär frihet för den enskilda individen. ”Marginal” kan i den här abstrakta bemärkelsen vara ett uttryck för ett socialt spänningsfält som inrymmer både frihet och ofrihet. Det kan vara ett socialt sammanhang, ett sätt att organisera servicearbete eller rent av en konkret plats, där strukturella motstridigheter i samhället blir tydligt genom de konkreta dilemman enskilda organisationer, servicearbetare och servicemottagare står inför.

TEMANUMRETS INNEHÅLL

Texterna i detta temanummer har vi benämnt essäer och de illustrerar flera konkreta aspekter på servicemötesproblematiken, såsom det ofta blir när det handlar om mellanmänskliga relationer. En mängd motstridiga bilder av tjänstearbetets villkor är återkommande i essäerna. Bakgrunden till det flera av essäförfattarna skriver om är en diskussion om det individualiserade samhället som ofta betraktas vara i ständig förändring och där medborgarna förväntas förvalta sitt pund på bästa sätt. Det handlar inte enbart om att navigera inom ekonomiska ramar, utan också om kulturella förväntningar och normer kring hur vi ska vara i både vårt yrkesliv och som medborgare. Det är förväntningar och normer som ibland är oreflekterade och ofta outtalade, men som ändå kan fungera som reglerande. Kraven på ”rätt” livsstil och ett personligt varumärke i en ”uppmärksamhetskultur” diskuterar Karin Salomonsson i essän *”Jag är som en talande spegel”. Förtroendebyggande strategier i personliga tjänster.* Med fokus på den framväxande yrkesgruppen personliga tjänsteutövare, som stylister, imagecoacher, klädcoacher, stilcoacher och personliga shoppare, analyserar hon hur dessa nya yrkesgrupper vinner förtroende och legitimitet för sina nya professioner. Hon visar hur förtroendeskapande strategier realiseras i kundmötet, som i det här fallet ofta sker framför en spegel, och hur normer kring utseende, men också förväntningar kring att ”arbeta med sig själv” och att ”åtnjuta livskvalitet”, etableras i en sådan praktik.

Estetiken är viktig i den här typen av arbete, vilket också Magdalena Peterson McIntyre belyser i sin essä om det estetiska arbetet i detaljhandeln. Här lyfter hon fram det estetiska arbetets nyanser och komplexitet genom en studie av

anställda män och kvinnor i modebutiker, skönhet- och parfym, hemelektronikbutiker och byggvaruhus. Kropp, kläder och utseende hos de anställda förväntas passa in i det budskap som butiker vill förmedla till sina kunder. Det är delvis i form av uttryckta och tydliga krav, men Peterson McIntyre visar också hur krav och förväntningar fungerar på ett självreglerande sätt. De anställda identifierar sig med de genuskodade normer kring utseende och utstrålning som finns, men förhåller sig ibland reflexivt till dem, delvis gillande men också mer kritiskt.

Det genuskodade arbetet är även fokus i Ida de Wit Sandströms studie om företagande i den vad hon kallar ”kvinnomarginalen”. Essän bygger på en studie om kvinnliga företagare som driver säsongsöppna butiker vid kusten. Även här belyses estetiken och betydelsen av livsstil, då de kvinnor som ingår i studien säljer klädmode och inredningsaccessoarer, och företagandet framstår i sig som en livsstil. Företagarna framställs ibland som ”hemmafruar” som ägnar sig åt ett lustfyllt och ganska olönsamt nöje snarare än som seriösa företagare, vilket uttrycker de genuskodade föreställningar som finns kring kvinnliga företagare.

Spänningen mellan å ena sidan friheten och möjligheten till självförverkligande och att ”skapa sitt jag”, och å andra sidan samhällets och individernas egna normer och regleringar kring hur detta självförverkligande ska se ut, är ett tema som flera av essäerna berör. Jack Lainpelto diskuterar hur föreställningar om restaurangyrket formas i en motsägelsefull bransch. Det är en bransch som både lockar fram drömmar om det kreativa kockyrket, men samtidigt visar upp en dystrare bild av en lågstatusbransch med hårda arbetsvillkor. Genom en ung arbetslös mans berättelser om sin utbildning, avbrutna studier, arbetslöshetsperiod och en eventuell framtid i restaurangbranschen, diskuterar Lainpelto hur unga vuxna arbetslösa navigerar i en arbetsmarknad där personlig utveckling och realiseringen av det kreativa yrket framstår som dygder, men där den upplevda erfarenheten snarare är arbetslöshet eller lågstatusarbete.

Att vilja synas och bli någon kan tolkas inte bara som individuella drömmar, utan även som moraliska påbud som kan ta sig uttryck i olika former av självregleringar, kan stå i stark kontrast mot en vardaglig realitet som präglas av

såväl en ekonomisk och social marginalisering som ett osynliggörande. Vissa grupper i samhället har systematiskt osynliggjorts, och värdet av deras arbete har generellt betraktas som lågt, åtminstone ur ett produktivitetsperspektiv. Kristin Linderoth skriver om Kommunalstrejken 2003 och visar hur många av dem hon intervjuar, som var med under strejken, just beskriver känslan av osynlighet och att den egna arbetsinsatsen värderas lågt. En högre lön framställs som ett mått på värdet, men framförallt är det synliggörandet, ”att bli sedd” som lyfts fram som viktigt.

Veronica Åberg skriver om en annan slags osynlighet och arbete i ”marginalen”. I sin studie av städarbete på hotell analyserar hon det servicearbete som varken sker i fronten eller bakom kulisserna, utan i en slags marginal däremellan. Hotellstäderskan har inte alltid direkt kontakt med gästerna, men däremot indirekt när de möter kvardröjande gäster i rummen som de ska städa, eller i korridoren och hissen. Det skapar oförutsägbara servicemöten som krockar med olika managementstrategier som krav på effektivitet och stränga tidsscheman.

Den som är egenföretagare betonar ofta friheten i att styra det egna arbetet och det är snarare andra faktorer än managementstrategier som skapar ramarna i det vardagliga arbetet. Malin Zillinger skriver om ”att vara rörlig” och dess olika dimensioner hos landsbygdsföretagare som driver serviceverksamhet inom turism och rekreation. Att vara en rörlig människa, och att ha ett rörligt arbete, betraktas av många som ett uttryck för självstyre och frihet. Att resa, både på arbete och på fritiden, är en stark symbol för frihet och obundenhet. Samtidigt kan den andra sidan av myntet vara att man tvingas resa, eller tvingas vara rörlig på arbetet. ”Att ha ett rörligt eller icke-rörligt arbete” kan på så vis laddas med en mängd olika betydelser.

Ett annat slags landsbygdsföretagande belyser Malin Andersson i sin essä om kustnära yrkesfiske i omvandling. Yrkesfiskare förväntas bredda sin verksamhet till att omfatta även turism, och möten med kunder som önskar köpa fisk direkt från fiskaren ställer nya krav på kompetenser hos yrkesfiskaren. De ska både förmedla upplevelser och vara goda pedagoger för kunskapstörstande konsumenter som vill känna till fiskens ursprung och hur den är fiskad. Både Malin Zillingers och Malin Anderssons studier av småföretagande på

landsbygden är exempel på hur nya förväntningar transformerar traditionella yrken, men också hur det som betraktas som traditionellt kan få ett marknadsvärde i en upplevelsenäring.

PRESENTATION AV REDAKTÖRERNA

Redaktörerna är verksamma som lektorer vid Institutionen för service management och tjänstevetenskap vid Lunds universitet. Erika Andersson Cederholm är docent i sociologi och forskar bland annat om turism, upplevelser och småföretagande. Hon är intresserad av gränssnittet mellan personliga och ekonomiska värdesfärer, känsloarbete, och sociala interaktioner i servicemöten. Carina Sjöholm är docent i etnologi och hennes forskning centreras ofta kring sociala relationer, identitetsformering, kommodifiering av platser och materialitet. De har tillsammans skrivit bland annat artikeln ”Att leva och sälja sin dröm – livsstilsföretagaren mellan familjeliv, marknad och politisk retorik”, (2014), i *Sociologisk Forskning*, 50(2).

REFERENSER

Adkins, L. (1999). Community and Economy: A Retraditionalization of Gender? *Theory, Culture & Society,* 16(1), 119-139.

Andersson Cederholm, E. (2014). Lifestyle enterprising: The “ambiguity work” of Swedish horse-farmers. *Community, Work & Family*, published online on July 11th.

Andersson Cederholm, E. & Sjöholm, C. (2014). Att leva och sälja sin dröm - livsstilsföretagaren mellan familjeliv, marknad och politisk retorik. *Sociologisk Forskning,* 50(2), 33-52.

Arvidsson, A., Malossi, G. & Naro, S. (2010). Passsionate Work? Labour Conditions in the Milan Fashion Industry. *Journal for Cultural Research,* 14(3), 295-309.

Banks, M. & Milestone, K. (2011). Individualization, Gender and Cultural Work. *Gender, Work & Organization,* 18(1), 73-89.

Beck, U. & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization*. London: Sage.

Boris, E. & Parreñas, R. S. (eds.). (2010). *Intimate labors. Cultures, technologies, and the politics of care*. Stanford California: Stanford University Press.

Brandth, B. & Haugen, M. S. (2007). Gendered work in family farm tourism. *Journal of Comparative Family Studies,* 38(3), 379-393.

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

Gill, R. (2002). Cool, creative and egalitarian?: Exploring gender in project-based new media work in Europe. *Information, Communication and Society,* 5(1), 70-89.

Hochschild, A. R. (2003). *The Commercialization of Intimate Life: Notes from Home and Work*. Berkeley: University of California Press.

Hochschild, A. R. (2011). Emotional Life on the Market Frontier. *Annual Review of Sociology,* 37, 21-33.

Johannison, B. (2012). Familjeföretagande - en livsform för alla tider? I Brundin, E., Johansson, A. W., Johannison, B., Melin, L. & Nordqvist, M. (red.), *Familjeföretagande: affärer och känslor*. Stockholm: SNS Förlag. Turner, V. (1969). *The ritual process: structure and anti-structure*. London: Routledge and Kegan Paul.

”Jag är som en talande spegel”. Förtroendebyggande strategier i personliga tjänster

KARIN SALOMONSSON

Moderna ekonomier präglas av en snabbt expanderande tjänstesektor; allt fler människor arbetar med att tillhandahålla tjänster av olika slag (Andersson Cederholm m fl 2014, Bryson m fl 2004, George 2008, Jordahl 2012). Det betyder att den som vill och har ekonomiska möjligheter, kan leja ut vardagens arbetsuppgifter och omsorg om familj och vänner till professionella tjänsteutövare. Denna utveckling beskrivs av den amerikanska forskaren Arlie Hochschild i boken *The Outsourced Self* (2012). Varför blir vi mer och mer benägna att outsourca – som hon kallar det – vardagssysslor, omsorg och vård, personliga beslut och svåra val till betalda tjänsteutövare? Hennes svar, baserat på dagens situation i USA, är att den ökande ”marknadifieringen” av mänskligt liv och kommodifieringen av relations- och omsorgsarbete, har gjort en rad nya tjänster kulturellt möjliga. Det är lätt att skapa en efterfrågan på privata personliga tjänster när lokalsamhället (the village) minskar i betydelse samtidigt som den offentliga välfärden är knapphändigt och ojämnt utbyggd. Hochschild konstaterar, liksom andra forskare, att dessa tjänster också kan ses som ett resultat av kravet på ”rätt” livsstil och ett personligt varumärke i dagens konsumtionssamhälle (Hochschild 2012, se också Bauman 2007, Giddens 1991, Hochschild 2003, Johansson 2006).

Möjligtvis är ännu inte the lice-lady, som kommer hem och avlusar familjen, eller småbarnens pott-tränare, lika flitigt anlitade i Sverige. Det är heller inte så vanligt att engagera en person som sätter ihop ett trevligt album av dina familjebilder, eller köper presenter till födelsekalaset du är inbjuden till. Däremot finns det sedan flera år tillbaka en växande skara av personliga tränare,

bröllopsplanerare, stilcoacher, personliga shoppingexperter, karriärcoacher och livscoacher också i Sverige (Salomonsson 2011). Detta skildras också i etnologen Eva Knuts pågående forskningsprojekt kring personal shoppers och deras arbete.

Det är lätt att skratta åt lus-damer och presentinköpare och tänka att ”det skulle jag aldrig kunna använda mig av”. För inte så länge sedan var det säkert lika otänkbart för många att låta en främmande person ge råd kring utseende och klädinköp, eller ”styla” hemmet. Nu är dessa exempel på tjänster som knappast längre ifrågasätts. Även här flyttas gränserna för vad som anses möjligt och accepterat, av vem och hur ofta. Hur dessa tjänster vinner samhällelig och kulturell legitimitet, vilka föreställningar och förväntningar som omger dem och hur arbetssituation, yrkesroll och maktrelationer gestaltar sig är huvudfokus i forskningsprojektet *Personlig paketering. En etnologisk studie av transformationsekonomins nya yrkesgrupper*, vilket är finansierat av Vetenskapsrådet. Projektets empiriska bas omfattar ett 70-tal intervjuer med personliga tjänsteutövare och deras kunder, samt ett omfattande textmaterial i form av självpresentationer, marknadsföringsmaterial för olika tjänster, artiklar i dagspress samt utdrag från olika diskussionsforum och bloggar. Som etnolog väljer jag att arbeta med en ”tät” och detaljrik etnografi, för att kunna göra en kulturanalytisk närläsning av de mikroprocesser som bygger upp mötet mellan kund och tjänsteutövare (jfr Ehn & Löfgren 2012). Anette Svingstedt betonar i sin avhandling, som är en etnografisk studie av kundmöten i tre olika organisationer, att det är viktigt att kartlägga och ta analytisk hänsyn till den ”verksamhetsspecifika kontexten” (Svingstedt 2012). Hur är arbetet organiserat, vad är målet med tjänsten och på vilket sätt utförs den? Vilka är aktörerna och hur interagerar de? Vilken rekvisita och facktermer krävs? Ett teoretiskt sätt att begreppsliggöra och granska servicemötets specifika kontext, är att tänka på det som sammanflätningar av praktiker, materia, språk, organisation av tid och plats, ideal, normer och maktrelationer. Dessa sammanflätningar kan, som vi ska se, träda fram som mänskliga och icke-mänskliga materialiseringar som till exempel en stylad ”outfit”, en talande spegel, eller en optimal färgskala – alla med en performativ kraft (Barad 2003, Damsholt & Dorthe 2009, Göransson 2012).

MELLAN SERVICEARBETARE OCH EXPERT

I den här essän kommer jag att fokusera på personliga stylister, imagecoacher, klädcoacher, stilcoacher och personliga shoppare. Deras arbete går i huvudsak ut på att ge råd till personer som vill byta, eller locka fram och förstärka, en viss personlig stil genom att påverka sitt utseende och framtoning med hjälp av färg, form och klädsel. Som relativt ny yrkesgrupp är det avgörande att kunna legitimera sin existens och sin professionalitet. Ingen kan egentligen falla tillbaka på en erkänd och etablerad utbildning, även om flera har sysslat med hår och skönhetsvård, sålt eller sytt kläder. Vissa har tagit en kortare kurs kring till exempel färgval och kroppsform. Men deras yrkesroll kan både av dem själva och andra upplevas som osäker och vacklande; de har inte skräddarens specialistkunskaper, inte terapeutens yrkeslegitimation, inte vännens personliga relation. Det blir därför, som vi ska se, extra viktigt att bygga ett alldeles eget förtroendekapital gentemot kunden (jfr Sharma & Black 2001).

Frågan är om man ska kategorisera dessa yrken som serviceyrken? I boken *Servicemötets gnissel och skav* förs en utförlig diskussion kring begreppen tjänst och service. Tjänst används som ett mer värdeneutralt begrepp som syftar på vad som levereras, medan service används för att förmedla med vilken omsorg tjänsten levereras (Andersson Cederholm m fl 2014). Författarna understryker att ordet service är förknippat med specifika förväntningar och ofta används med retoriska och normerande undertoner kring vad ”god” eller ”personlig” service bör inbegripa. Distinktionen mellan tjänst och service är säkert värdefull i en övergripande diskussion om servicemötets organisering och interaktion, men just i fallet med stilcoacherna och shoppingexperterna är det svårt att särskilja begreppen. ”Omsorgen”, det vill säga det sätt på vilket tjänsten utförs (”servicen”) är själva tjänsten. Utan ett specifikt sätt att ”leverera” tjänsten (ordval, sätt att tala, beröring, kroppsspråk, tyg, färgkartor, stilböcker, personligt bemötande och så vidare) går det inte att definiera tjänsten som just styling eller coaching kring utseende och kropp.

Servicearbete och servicearbetare är ofta förknippade med låg status, monotona arbetsuppgifter och låg lön (Ehrenreich 2001, Mulinari 2007, Ritzer

2000), samtidigt som många yrkeskategorier sätter stor ära i att erbjuda ”god service”. Jag är tveksam till om de personliga shopparna och stilcoacherna skulle beskriva sin verksamhet som ett ”serviceyrke” eller sig själv som servicearbetare, snarare som experter på ett speciellt fält. Inte många säger att de vill ge ”god service”, däremot att de vill vara människokännare, och kunna bemöta olika slags personer på ”rätt” sätt. Sociologen Molly George använder begreppet expert service work för att illustrera den tvetydiga roll som personliga tränare i en intervjustudie ger uttryck för (George 2008:115). De tvingas hela tiden navigera mellan kundernas syn på dem som lågutbildade service workers och semiprofessionals, som på olika sätt försöker hävda och visa upp sin specifika yrkeskunskap. Denna strategi används, som vi ska se, också av de personliga stylisterna i min undersökning (jfr O’Dell 2011).

Avgörande för den här typen av tjänst är att väcka – och lyckas behålla – tillit och förtroende från kundens sida. Förtroendet får inte skadas av den enkla anledningen att då väljer kunden kanske en annan stylist eller coach. Detta skapar ett beroendeförhållande mellan utövare och kund, likt många andra serviceyrken. Förtroendet och tilliten – och därmed legitimiteten – skapas med hjälp av ett specifikt språk, handgrepp, redskap och utrustning. Tjänsten erbjuds på särskilda platser och i väl definierade kontexter med särskilda regler. Förtroendekapitalet och auktoriteten byggs också upp med hjälp av att vissa normer och ideal delas, upprepas och ”görs” i mötet mellan kund och stylist, som till exempel att ett attraktivt utseende spelar en avgörande roll för självförtroende och framgång; att vissa delar av kroppen bör döljas – och andra framhävas; att det närmast är ens plikt att arbeta med sitt utseende och personlighet.

PROFESSIONELLA PRAKTIKER – PROFESSIONELL LEGITIMITET

För att bygga upp tillit och förtroende hos kunden och legitimera sitt yrkeskunnande används som sagt vissa redskap, som personliga trendböcker, stilenkäter, mättavlor, färgkartor och olika måttskalor. Det hänvisas till erkänd kunskap inom etablerade vetenskaper som geometri, anatomi och estetik.

En klädcoach berättar att det gäller att ge kunden god kroppsuppfattning och att man då måste ”ha koll på geometri”. En imagekonsult förklarar:

> Så har jag något som heter kropps- och stilanalys. Och i den analysen utgår man helt från skelettet. Och man brukar prata om att det finns tre olika grundkroppsformer. Och då klämmer jag på kunden och känner efter vilken kroppsform hon har. Och sedan har jag en mättavla där jag mäter upp huvud, hals, överkroppen, underkroppen, överben och underben och armlängd, mycket noga. Man måste ju ha något att jämföra [kroppen] med. Och då har vi en åttondelsskala, det är den här optimala skalan. Man använder den inom anatomin och inom konsten och då använder vi samma. (Intervju med imagekonsult)

Vi, som först syftar på imagekonsulter och klädcoacher, vidgas till att inkludera alla ”vi” som inom vetenskap och konst antas använda samma skala för att mäta kroppar. När det egna arbetet associeras med ett erkänt kulturellt kapital ”vetenskapliggörs” det samtidigt, vilket förstärker den professionella legitimiteten.

En konsultation hos en stylist eller imagecoach består ofta av minst två olika komponenter; dels en ockulär besiktning av kroppen som görs av stylisten, dels en självvärderande där kunden får fylla i ett formulär av något slag.

> Och sen så ber jag kunden läsa igenom den här listan, det finns 25 olika punkter som hon tycker stämmer in på honom eller henne. Det finns ett formulär för män och så finns det ett formulär för kvinnor. Ett exempel är: ”jag skulle vilja verka kortare”, ”jag skulle vilja att mina armar ser kortare ut, eller vice versa”, ”jag skulle vilja korrigera mina sluttande axlar” eller ”jag skulle vilja få mina ben att se längre ut”. ”Jag skulle vilja minska min bak” eller ”jag skulle vilja att mina kraftiga ben och anklar såg smalare ut”. Alltså hur hon ser på sig själv. Och då får hon ju ringa in ett alternativ eller alla 25. (Intervju med klädcoach)

Nu kan anledningen till besöket börja kartläggas, och samtidigt får det kunden att reflektera över den egna kroppens egenheter, som det inte var självklart

att man var medveten om innan. Genom att bläddra i magasin och sammanställningar av modebilder kan man tillsammans komma fram till vilka förebilder man vill jämföra sig med, eller vilken stil man gärna vill ha. Med kroppens tillkortakommanden listade i minnet, och med inbjudande bilder framför sig, är förändringsviljan väckt och kunden är beredd att lyssna på de råd som ges.

När förtroendet för yrkeskunnandet och den professionellt värderande blicken förhoppningsvis har börjat skapas, är det dags att ställa sig framför spegeln.

> Jag brukar säga att jag är som en talande spegel… (Intervju med personlig stylist)

> Sen så får man klä av sig framför en spegel. Och man får berätta lite grand hur man ser på sig själv, på sin kropp, vad man tycker är fint och vad man inte tycker om och sådär. Och så frågar jag ofta varför…ja, varför man bär en viss typ av kläder. (Intervju med klädcoach)

> Och så tittar man på det man har pratat om i spegeln, och så får jag berätta vad jag ser i spegeln. Och så försöker vi jämka samman den här bilden som kunden har och vad jag ser. (Intervju med personlig stylist)

Människa och materialitet flyter samman i den ”talande spegeln”. Föremål, som till exempel speglar, upplevs möjligtvis som mer trovärdiga uteslutande genom sin ”tinglighet”. De förmedlar ett mer ”sakligt” vetande, som också ger stylisten en självklar auktoritet när hon säger sig tala genom spegeln. Spegelbilden är en förlängning av jaget, av hur kunden ser sig själv. När stylisten är den ”talande spegeln” är hon också en del av spegelbilden, liksom hon då blir en del av kunden. Samtidigt reducerar det stylisten från människa till ting/maskin. Kanske är detta ett nödvändigt sätt att ”mekanisera” en mycket personlig och intim situation? Men spegelbilden är ofrånkomligen subjektiv, det går inte att se bilden ”utifrån”. Den är hela tiden avhängig av upplevelsen och tolkningen av vad som syns i glaset. Här filtreras bilden av kroppen genom ett kulturellt och samhälleligt raster. Med hjälp av frågor om sluttande axlar, korta armar och tjocka vader, fästs uppmärksamheten på diskursivt ”kritiska” punkter som reflekterar ideal och normer kring utseende. Vissa stylister arbe-

tar också med att fotografera kunden, för att lättare kunna övertyga om att en viss detalj eller ett visst snitt på ett plagg förändrar hela intrycket. Kunden ser inte längre bara den negativa bilden av sig själv – för fet, för kort, fel färger – utan en annan person i bilden; samtidigheten i materia/kroppen och dess avbild bryts.

> Men hon plåtar, när jag har kläderna på mig fotar hon det…så det är lite kul att se sig själv ibland. På foto ser man ju sig lite annorlunda än vad man gör själv framför spegeln. 'Är detta verkligen jag?' (Intervju med kund hos personlig stylist)

FÖRTROENDETS RUM

> Jag kommer in och ser någonting med helt neutrala ögon för att jag inte är någon kompis eller partner eller så, utan jag får betalt för att… ja, tala om vad jag ser. Och därför så går det att lita på mitt omdöme ganska bra. (Intervju med personlig stylist)

Även om många av kunderna som har intervjuats, säger att de uppskattar den positiva bekräftelse av personligheten och kroppen som ett besök hos stylisten eller shoppingexperten kan resultera i, så är det viktigt att denna bekräftelse går via ärlighet och uppriktighet. Påpekanden och goda råd från stylisten upplevs som mer "äkta" och trovärdiga, än om de levereras av en familjemedlem eller vän. Uppenbarligen klassificeras i detta fall köpta relationer, både av kunder och tjänsteutövare, som mer pålitliga och sanningsenliga än de som baseras på släktskap, vänskap och intima förtroenden. I forskningen kring till exempel upplevelseturism, har däremot motsatsen dokumenterats, det vill säga att pengar riskerar att "smutsa ner" och standardisera personliga och unika tjänster (Andersson Cederholm & Hultman 2010, jfr Zelizer 2011).

Hur hanterar stylisten eller den personliga shopparen intimiteten framför spegeln utan att vara *för* personlig och påträngande (jfr Andersson Cederholm m fl 2014:90 för en analys av provrummets uppförandekoder)? Redskap som måttband och mätskalor, tygprover och färgkartor kan vara ett sätt att kodifiera och rutinisera den interpersonella relationen och den fysiska närheten.

Samtidigt understryks det professionella förhållningssättet till kroppen. När kunden står framför spegeln avslöjas både den befintliga kroppen och drömmar om en annan kropp. Det är en position som av många upplevs som utsatt och som beskrivs som ”tuff” i intervjuerna. Men på sätt och vis är det en ”säker zon” – här *ska* och *får* man prata om kroppsliga misslyckanden. Det är ju inte heller säkert att alla upplever den avklädda intimiteten som påträngande. Tvärtom kan intimiteten verka bekräftande, och skapa ett tillåtande rum för att prata om saker som i andra sammanhang kan verka för oviktiga, obetydliga och just – för intima. Vissa kunder känner stolthet över sin kropp, men de flesta tycks ha en mer problematisk relation. Alternativet att *inte* ställa sig framför spegeln kan för dessa kvinnor vara värre; ingen bekräftelse, ingen hjälp, inga råd, fortsatt osäkerhet och begränsat handlingsutrymme för att man inte vet vilka kläder man ska välja.

> Och så står man där i bh och trosor. Och så mäter och kollar hon. Och så tar hon fram det som är snyggast på kroppen, ja du vet, det här är snyggt, tänk så här vilka… liksom fina armar eller fina ben, eller vad man nu har liksom. Lite så att man ser att ”ja, det kanske inte är så tokigt i alla fall”. (Intervju med kund hos stylist)

> Det är ju framför allt att man får någon bekräftelse av någon som kan det här, att man tänker rätt eller ser rätt, det är ju mycket det som gör att man får lite förtroende för sig själv också när man ska handla senare. … Jag följer inte modet, utan jag tittar på det jag tycker är fint. Och då kan man bli lite osäker på om det här liksom… ser det gammalt ut, eller törs jag ha detta nu. (Intervju med kund hos klädcoach)

Inte så sällan framställs arbetet med stil och utseende, kläder och shopping som onödigt, betydelselöst och lättviktigt. Att det inte alltid upplevs så av kunderna, visar detta intervjusvar (jfr Smith Maguire & Stanway 2008):

> – Vilka känslor är det som är i omlopp [i samband med en konsultation]?
> – Jag tror att det är alla känslor på samma gång. En del blir väldigt rörda och gråter. Jag tror att det har handlat mycket om att de har fått

> höra någonting i barndomen eller från kompisar. Det känner ju inte jag till när jag jobbar med dom, och så kan det bara plötsligt komma, och så har de gått och trott på det hela livet. Men så säger jag att så är det inte. Och så kan jag visa på fakta att du är inte stor över höfterna, eller du har inte små bröst eller vad det nu är. Och då kan det bli så överväldigande för många, så de börjar gråta. De blir rörda helt enkelt. Man upptäcker nya saker hos själv. Det blir så starkt att man blir rörd. … Det kan vara glädjetårar också. Och många skratt! (Intervju med personal shopper)

En strategi för att motverka personliga tjänsters marginalisering i ekonomisk, samhällelig och kulturell betydelse, är att bygga en stark legitimitet och professionalitet kring sin verksamhet. Nödvändigheten av att anlita dessa tjänster i dagens ”uppmärksamhetskultur” framförs i marknadsföring och insäljning. Omsorg om utseende och klädsel, karriärval och kravet på att våga vara personlig i sitt uttryck, liksom rätten att ”må bra”, åtnjuta en viss livskvalitet och arbeta med sig själv, framhålls som självklarheter. På detta sätt reproduceras de ideal som av många kunder känns svåra att leva upp till. Däremot ser sällan stylisterna och coacherna sig själva som drivande i denna ideologiska process. Tvärtom blir kunden och den personliga tjänsteutövaren snarare allierade i att på bästa sätt hantera krav som tycks komma utifrån, formulerade av ”någon annan” (jfr Sharma & Black 2001). Ironiskt nog är det efter upplevelsen av att bättre passa in i normen om en specifik genusperformativitet och maktordning som kvinnorna berättar om ökat självförtroende, kontroll och inflytande över sina liv (jfr Grove-White 2001). Det är här, i skärningspunkten mellan de kvinnliga kundernas normefterlevnad och känslan av ökad egenmakt, som stylister, personal shoppers och stilcoacher vinner legitimitet, förtroende och auktoritet.

FÖRFATTARPRESENTATION

Karin Salomonsson är docent i etnologi och verksam vid Institutionen för kulturvetenskaper vid Lunds universitet. Hennes forskning har berört frågor kring identitetsformering och konsumtion, ett förändrat arbetsliv samt tjänstesektorns utveckling i upplevelseekonomin med särskilt fokus på personliga

tjänster. Följande är ett par av hennes publikationer: ”’Svårt att hitta stilen?’ De personliga shoppingrådgivarnas roll i konsumtionskulturen” (2011), i *Kulturella perspektiv. Svensk etnologisk tidskrift* (2) och ”Ritualernas marknad – etnologisk forskning om livscykelriter och upplevelseindustri” (2010, tillsammans med Lynn Åkesson), i Hornborg, Anne-Christine, (red.), *Den rituella människan – flervetenskapliga perspektiv.* Linköping University Electronic Press.

REFERENSER

Andersson Cederholm, Erika, Jacobsson, Katarina, Leppänen, Vesa, Säwe, Filippa & Åkerström, Malin. (2014). *Servicemötets gnissel och skav*. Malmö: Gleerups

Andersson Cederholm, Erika & Hultman, Johan. (2010). The Value of Intimacy – Negotiating Commercial Relationships in Lifestyle Entrepreneurship. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism,* 10(1).

Barad, Karen. (2003). Posthumanist Performativity: Toward an Understanding of How Matter Comes to Matter. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 28(3). (Denna artikel är även tryckt i Alaimo, Stacy & Hekman, Susan, (eds.) 2008: *Material Feminisms*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.)

Bauman, Zygmunt. (2007/2009). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos.

Bryson, Hohn R., Daniels, Peter W. & Warf, Barney. (2004). *Service Worlds. People, Organisations, Technologies*. London & New York: Routledge.

Damsholt, Tine & Simonsen, Gert Dorthe. (2009). Materialiseringar. Processer, relationer og performativitet. I Damsholt, Tine, Simonsen Dorthe Gert & Mordhorst, Camilla, (red.), *Materialiseringer. Nye perspektiver* på materialitet *og kulturanalyse*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.

Ehn, Billy & Löfgren, Orvar. (2012). *Kulturanalytiska verktyg*. Malmö: Gleerups

Ehrenreich, Barbara. (2001). *Nickeld and Dimed: On (Not) Getting By in America*. New York: Metropolitan books.

George, Molly. (2008). Interactions in Expert Service Work: Demonstrating Professionalism in Personal Training. *Journal of Contemporary Ethnography,* 37(1).

Giddens, Anthony. (1991). *Modernity and Self-Identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.

Grove-White, Annie. (2001). No Rules, only Choices? Repositioning the Self within the Fashion System in Relation to Expertise and Meaning: A Case Study of Colour and Image Consultancy. *Journal of Material Culture*, 6(2).

Göransson, Michelle. (2012). *Materialiserade sexualiteter. Om hur normer framträder, förhandlas och ges hållbarhet*. Göteborg: Makadam förlag.

Hochschild, Arlie Russel. (2012). *The Outsourced self. Intimate Life in Market Times*. New York: Metropolitan Books.

Hochschild, Arlie Russel. (2003). *The Commercialization of Intimate Life. Notes from home and work*. Berkeley & Los Angeles: University of California Press.

Johansson, Thomas. (2006). *Makeovermani. Om Dr Phil, plastikkirurgi och illusionen om det perfekta jaget*. Stockholm: Natur och Kultur.

Jordahl, Henrik (red.). (2012). *Den svenska tjänstesektorn*. Lund: Studentlitteratur.

Mulinari, Paula. (2007). *Maktens fantasier & servicearbetets praktik*. Linköping Studies in Arts and Science, nr 414, Linköping: Linköpings universitet, Institutionen för Tema.

O'Dell, Tom. (2010). *Spas. The Cultural Economy of Hospitality, Magic and the Senses*. Lund: Nordic Academic Press.

Ritzer, George. (2000). *The McDonaldization of Society*. New Century Edition.Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Salomonsson, Karin. (2011). "Svårt att hitta stilen?" De personliga shoppingrådgivarnas roll i konsumtionskulturen. *Kulturella perspektiv. Svensk etnologisk tidskrift,* (2).

Sharma, Ursula & Black, Paula. (2001). Look Good, Feel Better: Beauty Therapy as Emotional Labour. *Sociology, 35*(4).

Smith Maguire, Jennifer & Stanway, Kim. (2008). Looking good: Consumption and the problems of self-production. *European Journal of Cultural Studies*, 11(1).

Svingstedt, Anette. (2012). *Servicemötets praktik – på en tingsrätt, ett äldreboende och ett hotell*. Lund: Institutionen för Service Management, Lunds universitet.

Zelizer, Viviana A. (2011). *Economic Lives. How Culture Shapes the Economy*. Princeton & Oxford: Princeton University Press.

Rätt klädd på jobbet. Tillhörighet, utseende och genus i detaljhandeln

MAGDALENA PETERSSON MCINTYRE

För anställda i detaljhandeln innefattar arbetet ofta att skapa förtroende för de salufördа varorna genom att framställa den egna kroppen på sätt som överensstämmer med det budskap som butiken ifråga vill förmedla till sina kunder. I denna framställning av kroppen har kläder en särskilt framträdande roll. Men att sälja med kroppen betyder olika saker på olika platser. Det är en sak i en modebutik och en annan i en bygghandel. Kläder markerar också tillhörighet och förväntningar på kön och beteende.

I denna essä diskuteras hur de krav på kläder och utseende som anställda i detaljhandeln har på sig kan se ut, hur de anställda själva ser på dem och hur detta kan tolkas i förhållande till normer kring genus. Studien bygger på observationer i butiker samt på ett 30-tal kvalitativa, etnografiska intervjuer med anställda i detaljhandeln, mer specifikt inom modebutiker, skönhet och parfym-, hemelektronikbutiker och byggvaruhus. Den är utförd inom projektet *Estetisk arbete och intersektionalitet i detaljhandeln* finansieras av Fas, Forskningsrådet för arbetsliv och socialvetenskap.

Intervjuerna speglade ofta en slags självklar identifikation med arbetsgivarens behov och arbetsmarknadens logiker. Många menade att de klädde sig eller gjorde som de gjorde för att det var självklart och naturligt samt att de själva ville det. Att utifrån egen vilja själv uppfylla de krav som arbetsgivaren ställer, utan att det behöver påpekas, kan kallas självreglerande. I det följande undersöks det hur det går till när anställda självreglerar på det viset samt vilka förhandlingar som sker kring betydelser av arbetskläder och dessas relation till servicemöten och föreställningar om genus.

ESTETISKT ARBETE

”Estetiskt arbete” är ett begrepp som syftar till att beskriva aspekter av arbete, oftast inom service-sektorn, som innefattar att skapa ekonomiskt värde genom krav på anställda att framställa sig själva, sina kroppar, röster eller gester som estetiskt tilltalande för kunder (Witz et al 2003, Warhurst & Nickson 2009, Pettinger 2004). I exempelvis modebutiker kan det handla om att klä sig i butikens kläder, visa att man förstår och hänger med i modet, förkroppsligar butikens stil eller allmänt ser bra ut. Butiker kan också vilja förmedla ett budskap om att vara sportig, cool, alternativ eller intellektuell. Oftast ligger detta dock mycket nära de kroppsideal som ständigt möter oss i reklam och medier och någon tydlig skiljelinje mellan skönhetsideal och estetiskt arbete är svårt att dra. Skönhetsnormer är genusspecifika och kvinnor är mer utsatta för dem än män. Det kan också handla om att ha en specifik hudfärg, en funktionsduglig kropp och en viss ålder. Att leva upp till utseendenormer kan därutöver innefatta att leva upp till förväntningar på att se ut på ett sätt som en människa i den positionen förväntas se ut på, exempelvis som en äldre vit man i bygghandeln, en vacker ung kvinna i skönhetsbutiken eller en ung man i elektronikbutiken. Krav på och erfarenheter av utseendets betydelse och estetiskt arbete är därför tätt sammanvävda med normer kring genus, hudfärg och ålder, eller med andra normer om kroppar och hur de förväntas se ut.

Arbete i detaljhandeln kännetecknas av låga löner, timanställningar, oregelbundna arbetstider och deltidsanställningar. Det är en växande bransch som ofta fungerar som en ingång till arbetsmarknaden. Bland de intervjuade var det vanligt med deltidsanställningar och timanställningar även om det också fanns de som hade jobbat för samma butikskedja i 30 år och var fastanställda. Många berättade om att under flera år vara anställd på en mycket låg procent men ändå jobba heltid. Ofta visste man inte på förhand när man skulle jobba utan blev inringd dagligen. Planering var omöjligt, både vad gällde tid och ekonomi. Att inte leva upp till förväntningar på utseende kunde därför lätt leda till att anställningar avslutades.

FÖRHANDLINGAR

Den amerikanska litteraturvetaren Lauren Berlant skriver i boken *Cruel Optimism* (2011) om förhållandet mellan den nyliberala tid hon menar vi lever i och föreställningar om det mänskliga jaget. Hon förstår de drömmar om det goda livet som nyliberalismen serverar oss som ”cruel optimism” – grym optimism. Fantasier om det goda livet såsom anställningstrygghet, jämlikhet och intimitet, menar hon, förnimms känslomässigt, eller affektivt, men kommer för en stor mängd människor aldrig upplevas eftersom välfärdsstaten har förändrats. Att delta i arbetslivet kan för många människor innebära ett erkännande av ett människovärde. Därför kan även arbeten med dåliga villkor eftertraktas, de bekräftar känslor av delaktighet i världen och i vad som anses vara ett ”normalt” liv. Mänskligt medvetande har absorberats i en förhandlingarnas ordning, menar hon, där människor inte nödvändigtvis tolkar ett arbete med usla villkor i termer av att bli utnyttjad, utan istället som just det som erbjuder känslor av värde och tillhörighet. Agentskap är för Berlant därför inte det som förändrar världen, utan det som förhandlar med den.

Ett liknande sätt att tänka kring just service-arbete finns hos den brittiske sociologen Paul Du Gay (1996, 2004). Du Gay kallar den särskilda form av kommodifiering som finns inom service-industrierna, det vill säga när kropp, jag och känslor blir till en vara, för icke-reducerande. Det ska inte bara ses som uttryck för en disciplinering av arbetskraften, utan som att den också erbjuder människor en möjlighet att skapa ett arbetande jag, ett sätt att tänka och skapa mening kring betydelserna av service och detaljhandel. Kanske kan det också uttryckas som en möjlighet att förhandla med betydelser av självreglering och arbete.

I KLÄDBUTIKEN – ATT ÄLSKA MODE

I modebutikerna bar de flesta privata kläder som de köpt eller fått i butiken. Samtliga av de intervjuade uppfattade det som självklart att man klär sig i butikens utbud och att det ingår i arbetet. Om en kund frågar var plagget kommer ifrån ger det ett dåligt intryck om det inte kommer från butiken, menade de. Endast en av de intervjuade hade en slags uniform, svarta byxor och t-shirt som tillhandahölls av butikskedjan.

Anställda fick vanligtvis handla till nedsatt pris och storleken på rabatten uppfattades ofta som en stor och viktig fråga. Marianne beskrev det exempelvis som att det inom den butikskedja hon jobbade varit en långdragen kamp. När det slutligen beslutades att rabatten skulle höjas från 25 % till 30 % orsakade det ett jubel som fick ”taket att lyfta”. I mer exklusiva butiker fanns problemet att varorna blir för dyra för personalen även med rabatt. Det organiserades istället med antingen särskilda konton där de anställda fick handla för en bestämd summa, eller att de fick plocka ut en viss uppsättning kläder per säsong. Det fanns också butiker som gjorde på andra sätt och där kraven på klädsel inte alls motsvarade rabatter eller konton. Anställda i såna butiker kunde lägga en stor del av lönen på varor från butiken och Medo berättade att han ”lovat sig själv att inte handla på ett halvår”. Det förekom också att anställda fick gåvor av leverantörer från vissa märken men det var något som arbetsgivarna ofta ogillade. Att få tillgång till kläder, rabatterat eller som gåvor uppfattades av de intervjuade som en stor fördel med arbetet och beskrevs som ”roligt”.

Få gillade uniformer utan möjligheten att kunna välja kläder beskrevs som något eftersträvansvärt. Janette berättade att hon tidigare jobbade för ett märke som ”inte var [hon]” och att hon inte alls gillade det eftersom det inte funkar och man känner sig falsk. Att klä sig för jobbet handlade till stor del om att välja ut och kombinera varor från butikens sortiment som framhävde den egna personen som en med känsla för mode.

Både män och kvinnor betonade sitt intresse för kläder och uttryckte det ofta som att de ”älskade” mode. De förklarade att det varit naturligt för dem att söka sig till branschen för att de hade ett starkt intresse och flera menade att de sökte jobbet för att de ”älskade” just det märket. Många menade också att ”om du ska jobba här så måste du älska mode”, att företag idag ”kräver det” och att det bara ”är så det är”. De kunde också berätta att de först inte gillade det märke de jobbade för, men att de gjorde det nu och att det är något som sker automatiskt. Man måste älska mode för att kunna sälja kläder och att man måste förstå att det är så det är, sa de. Anders uttryckte det på följande vis:

> ”Varuhuset” är ett ställe som jag själv gillar att handla på. Det har en särskild service-nivå och intressanta varor. Man känner sig välkommen och väl omhändertagen. Det kändes naturligt för mig att söka jobb där. (Intervju med Anders)

Kvinnorna uppfattade det också som att kraven på att vara vad de kallade ”tillfixad” var stora och att de ofta fick kommentarer om att ”man såg trött ut” om de inte hade lyckats tillräckligt bra med att fixa till hår och smink. Särskilt bland männen var det påfallande att många identifierade sig uppåt inom företagen, med chefer och butikschefer. Bland både män och kvinnor var inställningen till facket oftast kritisk.

I SKÖNHETSBUTIKEN – ATT INSPIRERA MED ANSIKTE OCH DOFT

Inom parfym och kosmetika bar de intervjuade antingen privata kläder eller en slags uniform eller kostym som tillhandahölls av företaget. De som bar privata kläder var ofta noga med att klä sig moderiktigt och med att kläderna ”passade in” i butiken. En av de intervjuade beskrev det exempelvis som att hon börjat handla i andra butiker sedan hon börjat jobba för en viss butik eftersom det var en stil som passade där. De som hade uniformsplagg var mer nöjda med det än inom modebutikerna och fokus låg istället ofta på själva ansiktet. Det beskrevs exempelvis som särskilt viktigt att ha håret fixat. En välgjord sminkning visade också upp en yrkeskompetens. Molly uttryckte det som att ”vi jobbar med skönhet och ska inspirera kunderna”. Hon tillade att ”det finns inga fula kvinnor, bara lata sådana” och hennes uttalande kan tolkas som att framställningen av ett attraktivt yttre är ett arbete som kvinnor förväntas engagera sig i.

Många beskrev möjligheterna att få ta del av nyheter och information från tillverkare som en stor fördel. På så sätt fick de lära sig att både hantera produkter på ett skickligt sätt och kunskap om nyheter innan de kommit ut på marknaden. Ivana beskrev det på följande vis:

> Magdalena: Måste man vara sminkad för att sälja kosmetika?
> Ivana: Man måste inte. De säger inte att ”du måste ha smink på dig” Många har bara lite mascara. Det finns inga krav på det. Men de vill att vi ska ha på oss det och använda deras produkter. Det tycker jag är jätte-jätte-bra. Verkligen! (Intervju med Ivana)

Citatet kan tolkas som att det inte uppfattas som ett krav att se ut på något särskilt sätt eller som påtryckning från arbetsgivaren. Det kan ur det perspektivet, liksom inom mode, tolkas som självreglerande. Tydliga krav är överflödiga eftersom anställda redan identifierar sig med den logiken. Även i parfymerier och kosmetikahandeln var det vanligt att de intervjuade talade om att de älskade att vara bland dessa varor och att det uppfattades som både självklart och roligt att använda produkterna på sig själv.

I BYGGVARUHUSET – ATT FÖRKROPPSLIGA HANTVERKET

I byggvaruhandeln hade samtliga särskilda arbetskläder. Det var oftast arbetsbyxor och en tillhörande skjorta. Medan byxorna uppskattades av de flesta så gillade få skjortan som de tyckte var för kontorslik. De ville hellre ha en överdel som var mer som en arbetsskjorta eller fleecetröja. Praktikalitet betonades samt att det skulle vara lätt att röra sig och arbeta i plaggen. Kvinnorna var mer kritiska till kläderna än männen och då i synnerhet till de damvarianter som fanns. Många valde byxor från herrsidan istället för dambyxorna. De ogillade också damblusen som hade en urringning och därför antingen måste kompletteras med en egenförskaffad undertröja eller så riskerade man att blotta delar av kroppen man inte önskade när man böjde sig framåt. Detta uppfattades vara särskilt problematiskt i kundsituationer. De intervjuade männen däremot tyckte att klädseln var oproblematisk generellt och menade att de flesta nog gillade den. Samtliga önskade att klädseln skulle förkroppsliga expertis och kunnande kring de varor som såldes. Detta var dock inte lika tydligt i företagets riktlinjer som syftade till att framställa personalen som serviceinriktad och tillmötesgående. De intervjuade önskade likna professionella byggexperter i så hög utsträckning som möjligt och kläderna gavs betydelse

i förhandlingar kring yrkesidentitet. Särskilt var detta ett framträdande tema i intervjuerna med kvinnorna som ständigt upplevde sig ifrågasatta av kunder. Samtliga menade att de mycket ofta bemöttes med kommentarer som att ”kan jag få tala med någon av dina manliga kolleger” eller ”kan du verkligen detta”. Ur det perspektivet kunde kläderna fungera som ett sätt att förstärka den kompetensen. De kvinnliga varianterna av klädseln uppfattades inte göra det tillräckligt mycket och blottade dessutom kroppen på sätt som medförde att en sådan bekönad tolkning av expertis kunde fortgå. För kvinnorna kunde på så sätt bortväljandet av dambyxor bli ett sätt att göra motstånd mot servicerollen.

Intresset för butikens produkter ansågs också som viktigt inom byggvaruhandeln. Klara menade exempelvis att hon blivit mer och mer intresserad av heminredning sedan hon började och att hon på många vis uppfylldes av möjligheten att kunna hjälpa kunder att hitta rätt varor. Hon pratade exempelvis om vikten av att ”ha en viss inlevelse” och att kunna förstå vad kunden vill ha. Trots att hon är klädd i uniform där det tydligt står var hon jobbar möts hon ofta av frågan ”jobbar du här?” berättade hon. Själv tolkade hon det som att hon utstrålar osäkerhet och saknar självförtroende och att det nog beror på att kunden söker en viss form av bekräftelse, att de vill ha bra hjälp och kanske inte förlitar sig på vem som helst. ”Det är bra att man är kritisk som kund” menade hon och ”det är klart att man ska få bra hjälp”. ”Det vill man ju som konsument också”, fortsatte hon och gjorde på samma vis som de flesta andra, bedömde sig själv utifrån vad hon själv skulle vilja när hon handlar. ”Många verkar tro att bara för att man är kvinna i bygghandeln så kan man inte” menade hon vidare men inflikade ”att det bara är fördomar som talar”. Klara menade också att det är väldigt roligt att ha goda kunskaper i sitt ämne och att hon ”nästan retar ihjäl [s]ig när hon inte kan svara på frågor”. Hon vill kunna svara på allt. Klara önskade på så sätt få lov att vara och identifiera sig som expert och det är den rollen som hon ville skulle återspeglas i det yttre. Emelie berättade att hon gillar arbetsbyxorna eftersom man har plats för allting man behöver, såsom miniräknare, penna, skrivhäfte, interna följesedlar, tumstock och kniv. Även hon underströk betydelsen av praktikalitet i klädseln.

I HEMELEKTRONIKBUTIKEN – ATT UTSTRÅLA MASKULINT RISKTAGANDE

Elektronikbranschen liknade byggvaruhandeln på flera sätt. Klädsel tillhandahölls av arbetsgivaren. Det var byxor, skjorta och på flera ställen också slips, därtill tröja eller slipover. Den var på så vis en slags manlig dräkt i managementstil, även om tröja och slipover istället för kavaj signalerar servicearbete. Precis som i bygghandeln fanns både en rakare herrvariant och en damvariant som var lite mer figursydd och byxorna kunde för dam bytas mot snäv, svart kjol. Många, särskilt männen, var oreflekterat nöjda med klädseln och hade inga särskilda kommentarer till den i intervjuerna. Kvinnorna var däremot ofta missnöjda med byxorna som de menade framställde kroppen i en form som inte var smickrande, i sig ett uttryck för att estetik, genus och yrkesidentitet är sammanvävt i komplexa processer. Ofta tilläts kvinnorna välja andra egna byxor. Precis som i byggvaruhandeln menade de intervjuade att kvinnlig personal så gott som dagligen fick sin kompetens ifrågasatt av kunder. Ofta ombads manlig personal intyga att kvinnorna verkligen visste vad de talade om med kommentarer från kunder som ”kan hon verkligen detta”. Klädseln framstod inte som att den hade samma betydelse i upprätthållande av yrkeskompetens som inom byggvaruhandeln, kanske för att den inte hade några associationer till hantverk och yrkeskunnande vad gäller konstruktion.

Inom elektronik handlade det istället till stor utsträckning att förhandla med kunder i en balans kring att förkroppsliga maskulint kunnande av teknik i samband med en slags framställning av sinnebilden av en bilförsäljare. Att kunna produkterna, kunna ”fixa” bra priser och utstråla auktoritet och tillit. En aggressiv säljteknik med maskulint risktagande var vad som förväntades. Arbetet med att sälja handlade också i stor utsträckning om att förhandla med sitt syfte genom olika säljtekniker. Om att verka naturlig och inte som att man vill sälja eller att ”undvika att irritera”, som flera av de intervjuade uttryckte det, något som både säger mycket i sig och antyder att det finns tekniker att tillgå för att kringgå kunders möjliga irritation.

Liksom i byggvaruhandeln var olika områden i butiken bekönade. Vitvaror sågs som ett produktområde där kvinnor kunde utstråla expertis, men den tydligaste kvinnliga kodningen hade kassaarbete och många menade att där

placerades de ”söta tjejerna” med syfte att ge kunden en trevlig estetisk upplevelse på väg ut. ”Fotomodellerna” var ett uttryck som ibland förekom för att beskriva kassapersonalen.

På frågor om betydelse av utseende menade många av de intervjuade männen att det främst är något som ”tjejer” utsätts för. En av de intervjuade menade exempelvis att han själv märkt att tjejer som nyanställs alltid ser bra ut och har vad han kallade ”fint hår” medan killar alltid är långa, längre än medel men i övrigt inte behöver se ut på något visst sätt som motsvarar mode- eller skönhetsideal. I intervjun med Johan som var butikschef i en elektronikkedja förklarade han att utseende inte är viktigt men däremot ”utstrålning”. ”Alla som jobbar här är inte fotomodeller men de har en utstrålning som gör att man känner en värme och en tillit, menade han. ”Självsäkerhet och vilja har betydelse” betonade han också. Flera av de intervjuade menade att de flesta säljare är ”killar” men att ”det också finns tjejer som är väldigt duktiga säljare”. Vanligt var uttryck som att sådana tjejer ofta är speciella och att det är ett måste att ”ha lite skinn på näsan”. Ulrika, som också var butikschef för en elkedja berättade om en tjej hon jobbat med som var mycket duktig. När tjejer nämndes som bra säljare var det ofta med innebörden ”trots att” hon var tjej och kroppsstorlek nämndes förvånansvärt ofta i detta sammanhang. ”En liten tjej, ganska ung i 26-års-åldern, liten och späd. Men hon klarade det jättebra. Killarna fick respekt”, sa exempelvis Ulrika.

I dessa uttalanden framträder en norm där säljaren är maskulin och där kvinnor framstår som en kontrast vars annorlundaskap förstärks ytterligare med hjälp av kroppens storlek, utseende och ålder. Ordet ”men” i citatet från Ulrika är också betydelsefullt. Hon var liten och späd, men hon klarade det ändå. Tjejens litenhet är intressant att sätta i relation till den längdnorm som Andreas menade gäller för killar. Längd är inget absolut mått utan tolkas i förhållande till kön.

SLUTSATS

I de studerade branscherna fanns både likheter och olikheter gällande villkor, krav på klädsel och utseende och i hur dessa tolkades av de intervjuade. För

samtliga branscher gällde att vad som kan kallas estetiskt arbete byggde på självreglerande principer. Ord som självklart och naturligt användes av de intervjuade inom mode och parfym för att tala om varför man klädde sig eller fixade med sitt utseende på specifika vis, men även inom bygg och elektronik uppfattades organiseringen av arbetet många gånger som given och som något som inte kunde ifrågasättas. Att vara intresserad av de varor som såldes var också något som togs för givet men medan mode och parfym beskrevs som ett intresse som de anställda uppfylldes av inom det fältet så var det inom byggvaruhandeln expertis i relation till hantverkskunnande och inom elektronikbranschen om säljkonsten i sig. För samtliga gällde att detta skulle återspeglas i kropp och klädsel.

Självreglering fungerar på så vis genom en affektiv identifikation med service-arbetets logik. Arbetsorganisationen togs för given, men gav också fördelar i form av möjligheter att utöva ett privat intresse och få tillgång till varor. Det handlar därför inte bara om reglering, utan om möjligheter att ta del av nyttor och att identifiera sig som kunnig samt att njuta av tillgången till konsumtionsvaror. Förhandlingar kring dessa krav och betydelser sker ständigt, men i dessa förhandlingar spelar normer kring genus en stor roll. Kunders förväntan på hur en anställd ska se ut krockade exempelvis i mötet med kvinnlig personal i bygg- och elektronikhandeln. Den kvinnliga personalen i dessa butiker måste därför exempelvis ständigt förhandla med sitt kön och med de förväntningar som finns och ställs kring det, såväl i möten med kunder som med annan personal. I dessa förhandlingar spelade det yttre en stor roll och uppfattades ha förmågan att såväl övertyga kunder om att även kvinnor är kompetenta som att bekräfta att de inte är det. Berättelserna illustrerar hur människor i vissa situationer måste förhandla med föreställningar om genus och lära sig att hantera dem. Arbetskläder hade på så sätt ofta en nyckelroll i förhandlingar mellan genus och expertis.

Diskussioner av estetiskt arbete har ofta handlat om sektorer som modebutiker, barer, hotell eller restauranger där ett attraktivt utseende på personalen är en uppenbar del av en estetisk upplevelse som företaget vill skapa. Men även inom sektorer som byggvaruhandeln och elektronikhandeln har utseende en stor betydelse. Det är inte nödvändigtvis en attraktiv kropp som skapas utan

en som utstrålar expertis. Att få lov att vara expert, kunna sitt fält och ge initierad hjälp till kunder var något som anställda uppfylldes av inom samtliga studerade branscher. Det var för dem viktigt att känna sig bekväm i sin arbetsklädsel, om att utstråla trovärdighet och kunskap om de varor de sålde. Även en moderiktigt klädd kropp utstrålar kännedom om mode.

Inom mode och parfym bar de intervjuade de varor som såldes direkt på sina kroppar och de blev ur det perspektivet del av att framställa den egna personligheten på ett specifikt sätt. Expertis handlade om att iscensätta en modekänsla som av kvinnorna beskrevs som ett sätt att uttrycka den egna personligheten men av männen mer som uttryck för att de identifierade sig med butiken ifråga och dess ledning. I bygghandeln uppfattades en hantverksestetik ha förmåga att inkludera respektive exkludera de kvinnliga anställda. Kläderna kunde förstärka normer om maskulinitet i bygg- och elektronikhandeln, men de kunde också visa tillhörighet och signalera att kvinnor hör hemma. Inom elektronik blottade talet om kroppens storlek normer kring maskulinitet och säljande. Utseende handlar långt ifrån bara om normer om skönhet, utan om normer kring vem som uppfattas passa in på en viss plats, och som ges respekt och tilltro av kunder och arbetsgivare. På så vis visar de intervjuades berättelser hur normer kring expertis och tillhörighet förhandlas med hjälp av kläder samt att dessa normer på så vis i förlängningen förhoppningsvis också kommer att förvandlas.

FÖRFATTARPRESENTATION

Magdalena Petersson McIntyre är docent i etnologi och verksam som forskare vid Centrum på konsumtionsvetenskap vid Göteborgs universitet. Hennes forskningsintressen rör sig inom fälten servicearbete, konsumtion, mode, genus och normkritik. För närvarande forskar hon om estetiskt arbete och intersektionalitet i detaljhandeln, samt om genusperspektiv på digitaliseringen av konsumtionskultur. Följande är några av hennes senaste publikationer: ”Commodifying passion: the fashion of aesthetic labour” (2014), i *Journal of Cultural Economy*, 7(1), ”Mode: vardagspraktik och tidsangivelse” (2014), i *Historisk tidskrift* ,133(4), och “Perfume packaging, seduction and gender” (2013) och *Culture Unbound. Journal of Current Cultural Research,* (5).

REFERENSER

Berlant, Lauren. (2011). *Cruel Optimism*. Durham and London: Duke University Press.

Cooren, Francois. (2010). *Action and agency in dialogue*. Amsterdam: John Benjamins.

Du Gay, Paul. (1996). *Consumption and Identity at Work*. London: Sage.

Du Gay, Paul. (2004). Self-service: retail, shopping and personhood. *Consumption, markets and culture*, 7(2),149-163.

Nickson, Dennis and Korczynski, Marek. (2009). Aesthetic Labour, Emotional Labour and Masculinity. *Gender, Work and Organization,*16(3), 2009.

Pettinger, Lynne. (2004). Brand Culture and Branded Workers: Service Work and Aesthetic Labour in Fashion Retail. *Consumption, Markets & Culture*, 7(2), 165.

Warhurst, Chris and Nickson, Dennis. (2009). Who's got the Look?': Emotional, Aesthetic and Sexualized Labour in Interactive Services. *Gender, Work and Organization,* 16(3).

Witz, Ann et al. (2003). The labour of Aesthetics and the Aesthetics of Organization. *Organization,* 10(1), 33-54.

”Det här bär sig inte, det här är det någon som finansierar”. Företagande i kvinnomarginalen

IDA DE WIT SANDSTRÖM

> Ja, de finns ju ”all over the place”. Och dessutom har de samma saker allihop /.../ Det är bara sättet att visa [sortimentet] som skiljer sig från butik till butik. Men grejerna är ju ofta precis samma. Det är frapperande tycker jag. Man skämtade ju på åttiotalet om de här hemmafruarna som startade de här små butikerna. Det är precis så nu också, inte för att det är hemmafruar men det finns liksom en nisch som är jävligt trevlig och ”jag är intresserad av design”. (Intervju med Sanne)

Det här är en text om bekönade gränser. Gränser har kommit att spela en nyckelroll inom samhällsvetenskaplig forskning (Lamont & Molnar 2002). Forskning om gränser undersöker hur dessa dras mellan olika sammanhang och grupper på psykologiska, kulturella och strukturella nivåer och ett, av flera, återkommande tema är hur sociala gränser baserade på kön eller klass skapas, upprätthålls och ifrågasätts (Lamont & Molnar 2002). Inom den genusvetenskapliga litteraturen har gränser definierats som komplexa strukturer som etablerar skillnader och likheter mellan kvinnor och män såväl som mellan kvinnor och mellan män (Gerson & Peiss 1985:318).

Sedan tre år arbetar jag med ett projekt om kvinnliga livsstilsföretagare på den svenska syd- och västkusten. Den här texten baseras på intervjumaterial och texter från i huvudsak livsstilsmagasin och bloggar som samlats in inom ramen för det projektet. Här – i gränslandet mellan hav och land, stad och landsbygd – har jag träffat tio informanter som driver säsongsöpp-

na butiker där de säljer klädmode och inredningsaccessoarer. De flesta av de kvinnor som jag intervjuat kombinerar butiksföretagandet med andra yrken och inkomstkällor. Butikerna hålls därför framförallt öppna under sommarens högsäsong, men flera håller också öppet under storhelger och andra högtider. Företagarna beskriver arbetet i och med den egna butiken som ett lustfyllt avbrott från vardagen och deras berättelser om butiken som ett gränsland mellan arbete och fritid, mellan lek och allvar, ansträngning och rekreation står i kontrast till en dikotomiserad syn på arbete (jfr Stebbins 2006, Ransome 2007). Av informanternas berättelser framgår att detta är verksamheter i den ekonomiska marginalen: säsongen är kort, konkurrensen hård och inkomsterna små. Deras berättelser om detaljhandelsföretagandets ofta långa dagar och inkomster som sällan eller aldrig står i relation till det nedlagda arbetet är i sig inte nya (jfr exempelvis de Wit Sandström & Fredriksson 2010, Kaijser 1999). Men under det att jag samlat in berättelser om detta livsstilsföretagande, här i betydelsen företag som säljer varor av livsstilskaraktär, i marginalen har jag kommit att intressera mig för de bekönade föreställningar som förefaller omge företagarna och de ekonomiska villkor de verkar under. Inledningens citat utgör ett exempel på en sådan reaktion. Kommentaren har hämtats från en intervju med formgivaren Sanne om de många livsstilsbutiker som finns på Österlen där hon bor. Sanne menar att fenomenet med livsstilsbutikerna har likheter med åttiotalets designbutiker som startades av inredningsintresserade ”hemmafruar”. Sedan jag träffade Sanne för tre år sedan har jag ofta mötts av liknande kommentarer och funderat på hur man kan förstå dem. Vilka föreställningar och normer om detaljhandel, kvinnliga detaljhandlare och kvinnlighet finns inbäddade i dem?

Med syftet att problematisera livsstilsbutiken som en ”kvinnomarginal” kommer jag i den här texten att ge några empiriska exempel på föreställningar om den kvinnliga handlaren som hemmafru. Dessa diskuteras sedan som ett uttryck för en manlig norm som jag menar präglar synen på företagare och företagande. I nästa avsnitt ges en empirisk beskrivning där föreställningen om den kvinnliga handlaren som lyxhustru ställs mot informanternas berättelser om långa dagar, dubbelarbete och ekonomiskt oro.

STARKA FÖRESTÄLLNINGAR OM HEMMAFRUAR OCH MEDFÖRSÖRJARE

Under en tid följde jag den nu nedlagda bloggen /där den inredningsintresserade Mrs G delade med sig av sin vardag som delades mellan lägenheten i Malmö, huset i Båstad och resor där hon följde med sin man i hans arbete. Ett inlägg där Mrs G skriver att hon känner sig nedstämd kommenteras av signaturen Lena i Lerberget som tipsar skribenten om att öppna en ”mysig butik på bästa läget” i Båstad. För Mrs G som inte yrkesarbetar skulle en butik innebära en naturlig kontakt med andra, skriver Lena. Hon tillägger att en butik med kläder och inredning också skulle passa eftersom bloggskribenten ofta skriver om dessa teman. Lena skriver att det

> spelar ju ingen roll för den som har pengar om dagskassorna blir stora men jag lovar att du kommer garanterat att trivas /.../ Gör det, öppna något och du kommer garanterat att må som en drottning.

I inlägget lyfter Lena i Lerberget fram butiken som ett slags förströelse där de ekonomiska motiven för verksamheten antas vara av underordnad betydelse. Hon ringar också in betydelsen av att ha kapital eller en medförsörjare för den kvinna som vill öppna en egen butik.

Jag möter ofta liknande föreställningar om att en medförsörjare skulle finansiera de livsstilsföretag jag intresserar mig för. Oavsett sammanhang nickar de flesta först igenkännande – jo, visst känner de igen av typen av butik – om det inte är så att dessa verksamheter ”egentligen” handlar om hemmafruar med ett behov av att förverkliga sig själva? Och förresten – går de här butikerna ens runt? För visst är det väl så att det här finns en stödjande och finansierande partner – i betydelsen man – i bakgrunden? Själv har jag också många gånger frågat mig om det kan gå att leva på en verksamhet där snittkunden, enligt informanten Susanna som drivit sin butik under nästan fyrtio år, handlar för några hundralappar och där försäljningen är begränsad till ett fåtal veckor om året. I min fältdagbok har jag själv gjort anteckningen ”kan det vara lönt?” efter att ha sett en butiksägare omsorgsfullt slå in ett tiotal paket för det sammanlagda beloppet av 680 kronor. Kanske är det som informanten Anna säger att man inte får vara ”intresserad” av pengar

i första hand om man ska driva den här typen av butik där inkomsterna är små. Även om motiven för detaljhandelsföretagandet visserligen skiljer sig åt mellan informanterna är butiken framförallt ett sätt för de flesta att kunna bo permanent eller förlänga sina vistelser vid kusten. De flesta kombinerar butiksverksamheten med ett eller flera andra arbeten och flera av informanterna är ensamstående. Informanterna talar om hur viktiga juliveckorna är för verksamheten och någon säger sig få ”ont i magen” när sommaren regnar bort.

Av informanternas berättelser framgår visserligen att det är svårt att få lönsamhet i verksamheterna, men inte att det inte skulle behövas så som Lena i Lerberget skrev. Vid ett par tillfällen har jag också frågat informanterna om föreställningen kring den försörjda hemmafrun som driver butik för att ha något att göra. Ingen av de tillfrågade informanterna sade sig ha mött sådana föreställningar och ställde sig både oförstående och en smula irriterade till min fråga. Både Anna och Susanna menade att det inte fanns några sådana företagare eller butiker på den ort där de själva var verksamma men att det säkert förekommer på andra platser. Susanna menade att det var en motsägelse i sig att tala om hemmafruar eftersom detaljhandelsföretagare yrkesarbetar och en hemmafru per definition just är hemma. Samtidigt kunde hon förstå vad jag menade eftersom det hänt att hon själv tänkt ”jamen, det här bär sig inte, det här är det någon som finansierar” när hon passerat någon butik i staden.

DEN KVINNLIGA FÖRETAGAREN SOM DEN ANDRE

I de empiriska exemplen finns föreställningen om kvinnan som söker förströelse och vars hobbyverksamhet finansieras av en manlig medförsörjare. Föreställningen om den försörjda kvinnan, eller lyxhustrun, är stark och kommer till uttryck i hur informanterna själva och andra talar om livsstilsbutiker. Samtidigt ser verkligheten annorlunda ut för de informanter jag träffar – de arbetar hårt, fysiskt och har ofta försörjningsansvar. Men även de talar om andra kvinnliga handlare som försörjs av någon annan. Jag menar att de föreställningar som jag så ofta tycker mig möta tar utgångspunkt i att motiven för dessa kvinnliga företagare utgörs av något ”annat” än för ”vanliga”

handlare som i högre utsträckning anses beroende av att butiken går runt. Under det att jag samlat in och skapat ett empiriskt material har jag blivit uppmärksam på hur mina informanters relation till ekonomi, lönsamhet och pengar ofta betraktades på andra sätt än manliga handlares. I etnologen Lars Kaijser (1999) studie av Klarälvsdalens lanthandlare utgör föreställningar om ”krämaren”, det vill säga någon som söker alla möjligheter till ökad förtjänst, något som handlarna måste förhålla sig till i sin arbetsvardag. I studien beskriver handlarna också hur de på olika sätt varit tvungna att förhålla sig till denna föreställning och hur de utvecklat strategier för att inte riskera att uppfattas som att deras marginaler var för höga. Kaijser (1999) beskriver bland annat ett tillfälle när en extraprisvara tagit slut och handlaren åkt till andra butiker för att köpa mer av den. För handlaren blev varan på detta sätt naturligtvis betydligt dyrare i inköp och kampanjen en förlustaffär. Handlaren menade dock att det hade varit betydligt värre om han inte kunnat erbjuda extraprisvaran eftersom kunderna då eventuellt kunnat tro att han lurats för att locka dem till butiken. Berättelser om att behöva förhålla sig till en föreställning om handlaren som krämare saknas emellertid i mitt empiriska material. Tvärtom upplever jag att de föreställningar som omgärdar mina informanters företagande utgår från ett motsatt antagande om att dessa handlare inte kan leva på sina verksamheter. De företagare jag intresserar mig för antas istället ofta ha det så gott ställt att butiken inte behöver uppbringa några större inkomster. Utgångspunkten tycks vara att dessa handlare varken kan leva på sina verksamheter eller har några ekonomiska motiv för att driva företag.

Föreställningen om den kvinnliga företagaren som annorlunda kan förstås som ett uttryck för en utbredd syn på kvinnliga företagare som den Andre, det vill sägs som annorlunda än de män vilka betraktas som normen för företagande (Sundin 2002). Föreställningen om den företagande hemmafrun positionerar dessa kvinnliga detaljhandelsföretagare som annorlunda än normen för handlaren som är en man. Här bör det påpekas att kvinnliga företagare i allmänhet inte är en homogen grupp. Inte heller är de kvinnor jag intervjuat en homogen grupp även om de delar vissa karaktäristika som synliggör vad som kan beskrivas som traditionell kvinnlighet och traditionellt kvinnliga praktiker. Det förekommer dock ofta att kvinnliga företagare

i generellt, liksom de företagare som ingår i den här studien, just beskrivs som en grupp. Sundin är inte ensam om att resonera på det här sättet. I sin avhandling om hur kvinnligt entreprenörskap beskrivs inom samhällsvetenskaplig forskning beskriver företagsekonomen Helen Ahl (2004) hur kvinnor och deras företagande ofta positioneras som *den Andre*, det vill säga som annorlunda i relation i jämförelse med företagande män. Kvinnor beskrivs exempelvis oftare ha sociala motiv och lägre tillväxtambitioner än män (Holmquist & Sundin 2002). Konstruktionen av den kvinnliga entreprenören som alternativ och motiverad av andra drivkrafter än pengar menar Ahl (2004) bidrar till att skapa en allt för ensidig bild av kvinnors företagande. Att pengar är en motivation bland andra för att driva företaget är också tydligt i de flesta av informanternas berättelser även om detta inte sägs rakt ut. Istället talar man om hur butiksverksamheten ”möjliggör” för handlaren att kunna vistas mer på platsen eller kunna arbeta närmare familjen. Detta kan förstås som ett uttryck för de ideal som präglar många livsstilsentreprenörers vardag där ekonomiska, personliga och sociala värden smälter samman (Hultman & Andersson Cederholm 2010:376). Men mot bakgrund av Ahls (2004) resonemang kan informanternas framhållande av andra värden än de rent ekonomiska också förstås som ett uttryck för föreställningar eller diskurser om kvinnors företagande där betydelsen av pengar som drivkraft antas vara underordnade, obetydliga eller något som bör tonas ned. De många berättelserna om kvinnor som inte behöver tjäna pengar kan förstås som uttryck för en syn på kvinnors företagande som annorlunda (jfr Ahl 2004) eller mindre ”seriöst” än mäns (jfr Di Domenico 2008).

Om vi återvänder till den berättelse som inleder den här texten ser vi hur livsstilsbutiken beskrivs som en ”trevlig” nisch där företagaren ägnar sig åt sitt heminredningsintresse. Genom att beskriva kvinnorna som just ”hemmafruar” indikeras att dessa butiker inte drivs av ”riktiga” företagare utan av kvinnor som inte behöver tjäna pengar på sina butiker. I motsats till de berättelser mina informanter delat med sig av föreställs företagaren här ha ekonomiska marginaler vilka antas tillåta ett företagande präglat av egna intressen och en längtan efter förströelse snarare än kommersiella villkor. Beskrivningarna av livsstilsföretagandets ekonomiska marginaler är således olika, men kan ändå

förstås som ett uttryck för bekönade föreställningar om kvinnors företagande i detaljhandeln.

FÖRFATTARPRESENTATION

Ida de Wit Sandström är doktorand vid Institutionen för service management och tjänstevetenskap vid Lunds universitet. I hennes avhandlingsprojekt beskrivs och problematiseras hur livsstil görs till företagande och konkret arbete i kustens kommers. Här ställs frågor om hur det går till när man ”blir med butik” och de bekönade och klasskodade färdigheter som detaljhandelsföretagandet ställer krav på. Hennes senaste publikationer är ”Marina butiker. Mening och materialitet i kustens kommers” (2013), i Fredriksson, Cecilia & Larson, Mia (red.), *Framtidskuster: Hållbar utveckling i kustsamhällen*. Göteborg: Makadam i samarbete med Centrum för Danmarksstudier vid Lunds universitet, och ”Att sälja det goda livets estetik: Kvinnliga rum i kustens kommers” (2013), *Nätverket. Etnologisk tidskrift*, (18).

REFERENSER

Ahl, H. (2004). *The scientific reproduction of gender inequality: a discourse analysis of research texts on women´s entrepreneurship*. Stockholm: Liber.

de Wit Sandström, I. & Fredriksson, C. (2010). *Handelsplats Helsingborg*. Helsingborg: Helsingborgs stad.

Di Domenico, M.L. (2008). ”I’m Not Just a Housewife: Gendered Roles and Identities in the Home-Based Hospitality Enterprise”. *Gender, Work and Organization*, 15(4).

Gerson, J. M. & Peiss, K. (1985). Boundaries, negotiation, consciousness: re-conceptualizing gender relations. *Social Problems,* 32(4), 317-331.

Holmquist, C. & Sundin, E. (2002). *Företagerskan: om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS förlag.

Hultman, J. & Andersson Cederholm, E. (2010). Bed, Breakfast and Friendship: Intimacy and Distance in Small-Scale Hospitality Businesses. *Culture Unbound*, (2), 365-380.

Kaijser, L. (1999). *Lanthandlare: en etnologisk undersökning av en ekonomisk verksamhet.* Stockholm: Stockholms universitet.

Lamont, M. & Molnar, V. (2002). The Study of Boundaries in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology,* 28,167-195.

Ransome, P. (2007). Conceptualizing boundaries between "life" and "work". The *International Journal of Human Resource Management,* 18(3).

Stebbins, R. A. (2006). *Serious leisure: a perspective for our time*. New Brunswick: Transaction Publishers.

Sundin, E. (2002). Företagandets manliga prägling – orsaker och konsekvenser. I Holmquist, C. & Sundin, E., *Företagerskan: om kvinnor och entreprenörskap*. Stockholm: SNS förlag.

Servicearbete på marginalen. När illusionen om ett yrke blir mer sann än verkligheten

JACK LAINPELTO

Jag vill inleda denna essä med att avge en bekännelse: Jag kan inte undgå att fascineras av restaurangbranschen som en arena för arbetslivsfrågor och mellanmänskliga relationer. Varför jag upplever denna fascination kan enklast förklaras med hjälp av de motstridiga bilder som försöker fånga in branschens karaktär. Den ena bilden beskriver en anrik och traditionstyngd bransch där det kulturella kapitalet är både omfattande och synliggjort. Den andra bilden beskriver tvärtom en lågstatusbransch där utbildningskraven är låga, personalomsättningen hög och arbetsvillkoren ifrågasatta. Jag vill påstå att motstridigheten mellan dessa två beskrivningar kan tydliggöras av den process som omfattas av yrkesvalet. Detta kan sammanfattas i två föreställningar. Den första hypotesen om yrkesvalet är positiv och hävdar att restaurangbranschen främst lockar individer med social kompetens och med en uttalad vilja att tillfredsställa gästers behov (Hotell- och Restaurang Facket 2002). Den andra hypotesen är negativ och hävdar i stället att majoriteten av arbetssökande drivs in på grunder som motiveras av begränsade arbetsmarknadsalternativ (se exempelvis Wood 1997, Jarnhammar 2005). Med andra ord finns här ett ständigt löfte om ett potentiellt drama som skapas i spänningsfältet mellan de yrkesverksamma personerna och föreställningar om deras yrkesval och arbetsliv.

I denna essä, som även är en avspegling av mitt pågående avhandlingsarbete, utgör emellertid inte restaurangbranschen den absoluta fokuspunkten. Jag undersöker mot bakgrund av kunskapsekonomins påstådda utbredning i stället följande: arbetslösa unga vuxnas upplevelser av att inte komma in på arbetsmarknaden och hur dessa upplevelser omformuleras till föreställningar

om sig själva som restaurangarbetare. I arbetet med denna text har jag med andra ord valt att med utgångspunkt från mitt insamlade intervjumaterial även knyta an till temat ”Servicearbete på marginalen”.

I min tolkning av detta tema har jag valt att betrakta marginalen som ett samhälleligt sidospår som skapats av ofrivillig arbetslöshet. Det är en marginal som vanligtvis åskådliggörs av en ansiktslös statistisk siffra som inkluderar de som inte har tillträde på arbetsmarknaden och därför inte heller upplevs ha en funktion i samhället (se exempelvis Soidre 1999). I denna text ämnar jag som alternativ till statistiska redogörelser åskådliggöra denna marginal utifrån en av de berättelser jag fått tagit del av genom mina intervjuer. Den berättas av en ung arbetslös person som med hjälp av en arbetsmarknadsutbildning i restaurangkunskap försöker ta sig tillbaka in på arbetsmarknaden. Skildringen kan liknas vid en färdväg som kantas av missnöje med skolan, upplevelser av isolering och slutligen en återtagen framtidstro. Det är i denna framtidstro restaurangbranschen representerar en väg ut ur ett tillstånd som Gullberg & Börjeson (1999) kallar ”vuxenlivets väntrum”.

SAMHÄLLETS INDIVIDUALISERING

Emil (fingerat namn) är 24 år gammal och hans senaste arbetslöshetsperiod har varat i ungefär tre år. Hans historia har många beröringspunkter med övriga personer jag intervjuat. Den handlar om ofullständiga gymnasiebetyg, sporadiska erfarenheter från lågavlönade tillfälliga anställningar och slutligen en upplevelse av att inte vara behövd på arbetsmarknaden. För att förstå hans berättelse räcker det emellertid inte endast med att åskådliggöra arbetslösheten i form av konsekvenser. Den behöver även förstås mot bakgrund av det samhälle där arbetslösheten utspelas. Därför har jag valt att inleda presentationen av Emils berättelse med att kort diskutera det individualiserade samhället. Inledningen motiveras av Emils egna ord då han beskriver sin samtid:

> Solidaritet tror jag håller på o försvinner… lite grann. Det handlar ju nästan bara om… det är inte samarbete… det känns så egoistiskt o tänka på sig själv o karriären o…/…/ problem, det får man inte ha…

> jag vet inte… det är svårt. Det känns som vi är så styrda av just… karriären… här i Sverige. (Intervju med Emil)

När jag lyssnar på Emils beskrivning upplever jag tydliga kopplingar till teorier som belyser liknande teman: Just nu råder en tid som definieras av ständig förändring och av människor som förväntas vara aktivt delaktiga i att skapa förändringen. Denna förväntan betonas av att individer ställs inför ständiga valmöjligheter som följs av ett ansvar att själva förvalta sina möjligheter (Bauman 2000, Rose 2010). I de mest utopiska beskrivningarna av detta samhälle ger individualiseringen en möjlighet för aktiva människor att genom sin kreativitet och innovationsförmåga säkra både sin egen trygghet och välfärdssamhällets tillväxt (Buzan & Segal 1997, Dahlstedt & Olsson 2013). Ur ett kritiskt perspektiv kan det emellertid upplevas otillfredsställande att nöja sig med dylika beskrivningar utan att även diskutera individualiseringens följder. Eftersom denna diskussion utgår från en ambition att bidra till en förståelse för Emils berättelse är det av betydelse att främst identifiera följder som kommit att påverka relationen mellan individen och arbetsmarknaden. Jag vill hävda att ett exempel på en sådan följd är hur ett samhälle i ständig förändring lika ständigt även tycks omdefiniera och omformulera kunskapsbegreppet (jfr Kuhn 2006, Bedford 2012).

Enligt Dahlstedt & Olsson (2013) har inhämtningen av kunskap förskjutits från en medborgerlig rättighet till att allt oftare förknippas med något som individer förfogar över. Enligt dessa författare är förskjutningen en följd av att kunskapen belagts med ett marknadsvärde i form av ett humankapital som alla individer, företag och offentliga verksamheter måste investera i. Dahlstedt & Olsson betonar att denna investering är sammanhängd med en plikt att genom kunskapsinvesteringar alltid vara formbar utifrån samhällets förändringar.

VALET AV FRAMTID

När Emil själv reflekterar över varför just han drabbats av arbetslöshet inleds berättelsen med tydliga anspelningar till ovanstående diskussion. Som ett barn av sin tid ställdes han inför rättigheten att som 16-åring välja en passande

gymnasieutbildning. Initialt hade han ambitionen att söka till Säkerhetsprogrammet på grund av att han då hade en önskan att i framtiden arbeta som polis. Emellertid blev Emil inte antagen på grund av otillräckliga grundskolebetyg och han beslutade att i stället söka till Hantverkarprogrammet. Det slående med hans berättelse är att det senare valet skildras utan att innehålla någon form av positivt laddade framtidsdrömmar. I stället präglas berättelsen av praktisk funktionalitet och ett traditionellt förhållningssätt till relationen mellan utbildning och arbete. Vad avser den praktiska funktionaliteten var Emil trött på teoretiska skolämnen och han ville därför inte påbörja högskoleförberedande gymnasiestudier. Vad avser det traditionella förhållningssättet verkar Emil ha haft en inledande ambition att med hjälp av utbildningen skapa en förutsägbarhet i sitt liv. I hans berättelse illustreras detta av hur valet av hantverkarprogrammet dels motiverades av strategin att kunna börja jobba direkt efter gymnasiet, dels av tankar på ”vad man ska göra resten av livet”.

AVHOPPET

När jag ur ett vidare perspektiv betraktar denna episod i Emils liv förefaller valet av Hantverkarprogrammet få en stor betydelse för resten av berättelsen. Efter en tid började Emil tappa studiemotivationen, något som resulterade i att han slutligen valde att i förtid avsluta gymnasieutbildningen:

> Det var inte riktigt min grej o sen vi hade det ganska struligt med lokaler så det var… vi skulle byta plats o allting. Det blev ganska grötigt det blev jobbigt o pendla o så jag hade väl tröttnat. (Intervju med Emil)

Emils sätt att ge flera motiv till sitt avhopp tolkar jag som en ambition att söka förståelse hos mig. Jag kan däremot inte låta bli att samtidigt fundera över vilken betydelse Emils initiala ambition att skapa en förutsägbar framtid hade för beslutet. Jag vågar påstå att en sådan ambition förutsätter att framtiden samtidigt upplevs som tillräckligt motiverande. Att Emil inte blev antagen till Säkerhetsprogrammet betydde däremot att han tvingades planera för en annan framtid än den han egentligen sett framför sig. Således kan avhoppet även ha initierats av att han aldrig blev positivt engagerad i den alternativa framtid som nu väntade efter Hantverkarprogrammet.

När jag ber Emil att reflektera över hur han idag ser på beslutet att lämna skolan väljer han att betona konsekvenserna. I svaret illustreras det i kontrasten mellan hur det kunde ha blivit och hur det blev:

> Hade jag inte hoppat av skolan hade jag troligtvis jobbat inom VVS… tror jag. Det är det här med pengarbiten när man är arbetslös… man ska liksom… klara sig… man klarar sig väl, men det är ju liksom … existensminimum, det är inte… det är stressigt. Sen ser man kanske sina vänner eller bekanta som har pengar o kan göra saker man…. det blir ju jäkligt negativt på något sätt… dystert… (Intervju med Emil)

Kanske är denna reflektion ytterst en demonstration av ett tomrum som uppstått mellan beslutet att hoppa av gymnasieskolan och upplevelsen av att inte vara behövd på arbetsmarknaden. Möjligen finns här därför en antydan att Emil till och med skulle tillstå att avhoppet från skolan var ett slags pliktbrott som i hans fall konkretiserades av en stagnation i livet. Detta indikeras av det faktum att han efter en tid under sin senaste arbetslöshetsperiod även tycks ha skapat en logik och en förutsägbarhet kring sin arbetslöshet. Det är omständigheter som verkar ha utmynnat i att han till slut upphörde att aktivt söka arbete:

> Näe, det blev nog inget aktivt, men… [skrattar reserverat]… jag har ju ingen utbildning så jag har ju inte kunnat söka något heller… det blir ju svårt. Man tappar ju lusten, man går in o det är mest sån här IT-konsult o sånt. Det är… det känns ingen idé att söka jobben om man säger… (Intervju med Emil)

LIVSENTREPRENÖRENS HISTORIA

Så här långt in i hans berättelse upplever jag Emils redogörelser som ett uttryck för att han hittills inte funnit sig till rätta i det individualiserade samhället. Mot bakgrund av individens förväntan att förvalta sitt liv kan jag emelllertid inte avstå från att ändå betrakta Emils berättelse som en skildring av vad jag skulle vilja kalla ett livsentreprenörskap. Här finns ett drama att ta fasta på som skapats av Emils ambition att på bästa sätt förvalta sitt eget

liv. När Emil med egna ord beskriver egenskaper som är viktiga att ha när man söker arbete börjar han själv att konkret referera till entreprenöriella karaktärsdrag:

> Jag vet inte [viskar]… man ska vara… driven o… tror jag… väldigt framåt… nyskapande tror jag… det är en jäkla fördel i dagsläget om man är… det är ju det som behövs… nu när det är hög arbetslöshet… kanske [viskar]. (Intervju med Emil)

Samma tema återkommer ytterligare en gång då han redogör för vikten av att vara motiverad och att alltid kämpa för att nå sina livsmål. Med andra ord är det möjligt att göra en jämförelse mellan Emils val av ord och till exempel Baltar & de Coluons (2014) val av ord då dessa beskriver entreprenörer som idédrivna, problemlösande och villiga att ta riskfyllda beslut. När jag däremot lyssnar på Emils sätt att berätta detta upplever jag att han tydligt distanserar sig själv från de positiva attributen. Han förefaller i själva verket tala om ett idealtillstånd snarare än något som karaktäriserar hans egen person.

Samtidigt ska det tillstås att det entreprenöriella temat möjligen kan ses som en ambition att akademisera ett problem som för Emil mycket konkret präglar hans vardag. Emellertid finns det i entreprenörskapet även en specifik omständighet som samtidigt gör det möjligt att problematisera själva berättelsen Emil återger. I Banns (2009) forskning om entreprenörskap har denne funnit att entreprenörens livshistoria ofta är en viktig symbol för framgången. Bann menar att livshistorien i dessa fall får prägeln av en hjältesaga som beskriver hur entreprenören på egen hand tagit sig ur maktlöshet och upplevelser av att inte vara av betydelse för någon. Med stöd av Beck & Beck-Gernsheim (2002) kan en sådan livshistoria i stället kallas för en ”gör-det-själv-biografi”, något som utåt sett visar hur väl individen lyckats hantera risker för att nå framgång och lycka. I Emils berättelse är däremot avsaknaden av både framgång och lycka på arbetsmarknaden framträdande. Snarare framstår hans biografi att till stora delar bestå av oavslutade projekt som tillslut börjat påverka omfattningen av upplevda alternativ. Således framstår Emils berättelse som det framgångsrika livsentreprenörskapets raka

motsats, något som även tycks inverka på hans sätt att förhålla sig till sina arbetsmarknadsalternativ.

ATT FORMULERA EN NY FRAMTID MED HJÄLP AV RESTAURANGBRANSCHEN

När jag träffar Emil har han precis påbörjat en arbetsmarknadsutbildning i restaurangkunskap. När jag frågar Emil varför han valt denna utbildning svarar han:

> Jag har sökt på som fan med [suckar] truckjobb o… industri o… näe, ingenting heller… jag bara… vad ska jag göra? [låter uppgiven]? Sen började jag tänka… jag gillar ju och laga mat… på fritiden och så. Inte extremt sådär, men… när jag väl lagar mat så är det kul… jag har alltid tänkt på kock förut i… gymnasiet… o sen… tänkte jag att… min polare berättade om just den här utbildningen, och så tänkte jag att ”va fan, det kan jag väl ändå pröva”… de är ju kockar de flesta av mina polare o… tänkte jag att jag kör väl på det då… när man ändå är intresserad av det… (Intervju med Emil)

När jag lyssnar på Emil får jag intrycket av att restaurangyrket under andra omständigheter aldrig skulle ha varit ett alternativ för honom. Samtidigt finns här en antydan om en medveten strategi som föregåtts av egna funderingar i kombination med intryck hämtade från vänkretsen. Hur kan vi då förstå Emils ambition att arbeta inom restaurangbranschen? Möjligen kan detta illustreras genom traditionella framställningar av de anställda. Till exempel menar den brittiska sociologen Roy C Wood (1997) att de restauranganställda inte sällan betraktas som ”samhällets nomader” och ”de icke anpassningsbara”. Följaktligen kan även Emils historia som arbetslös och utestängd från arbetsmarknaden naturligtvis ses som mindre besvärande i ett sådant sammanhang. Detta förmodande förstärks av Eva Östling (2013), Vd för besöksnäringens bransch- och arbetsgivarorganisation, som i en debattartikel argumenterade för restaurangbranschens förmåga att skapa arbetstillfällen för de vars utbildningsnivå är låg eller vars förkunskaper kan betraktas som obefintliga.

Det är först när Emil börjar berätta om sin framtid jag förstår att han egentligen drivs av en större längtan att på nytt kunna skapa en förutsägbarhet. I denna längtan framstår restaurangbranschen därför snarare som ett sammanhang för att skapa en förutsägbarhet för framtiden än att den inhyser ett drömyrke. Detta tema tydliggörs av hans resonemang då han bedömer risken att även som restauranganställd drabbas av arbetslöshet:

> Inom restaurang ser det ju ganska ljust ut… för inom restaur… i restaurang, dit går folk även fast det är lågkonjunktur, liksom alltid… pubar, uteställen, folk går dit… jag tror inte det kommer vara mera kört, eller jag vet ju inte… men det känns som det… folk går ut o liksom… det är ju våran kultur i Sverige… är det… (Intervju med Emil)

Jag kan inte undgå att notera att Emils beskrivning av restaurangbranschen präglas av ensidighet. Han tycks ta fasta på förutsägbarheten som skapas av marknadskrafterna men inte kortsiktigheten som realiseras i from av till exempel osäkra anställningsförhållanden och låga löner (jfr Wildes 2007, Poulston 2009). Trots att jag försöker föra in de kortsiktiga omständigheterna i samtalet förefaller Emil inte vara intresserad av att plocka upp tråden. I stället är han mer intresserad av att tala om matlagningsprogram och vilka program han tycker om att följa. När Emil redogör för detta inser jag snart att hans bild av restaurangbranschen inte endast är skapad av intryck han fått från vänkretsen utan även av den mediala bilden av branschen. Jag upplever således att hans relation till restaurangyrket egentligen är en relation till en person i tv:n: den så kallade tv-kocken. Mot denna bakgrund får även Emils tankar om sin framtid ytterligare dimensioner. Till att börja med upphör han att distansera sig själv från de positiva attributen och börjar konsekvent använda sig av jag-formen när han säger:

> Jag har väl inte haft drömmar men tankar över att… jag vill ju klättra, jag vill bli duktig inom kockyrket, jag vill inte stå i något… skolkök. Jag vill ju… du vet… gourmet /.../… jag vill göra något kreativt av det… något nyskapande. Det skulle vara häftigt. (Intervju med Emil)

Tydligt är att Emil inleder framtidsskildringen med att hålla tillbaka sina för-

väntningar med hjälp av en försiktig optimism. Kanske beror detta på att han i förväg försöker avdramatisera konsekvenser av ett eventuellt misslyckande. Samtidigt blir han snabbt modigare och därmed även tydligare med sina egna ambitioner. För Emil verkar det handla om chansen att förvalta sitt liv på ett bättre sätt, något han förtydligar genom att bestämt betona var han vill jobba. Emellertid är jag inte övertygad om att citatet egentligen handlar om att han utifrån en egen åsikt nervärderar skolkök i förhållande till andra former av restaurangkök. Jag uppfattar snarare att han åter refererar till sina matlagande förebilder från tv:n. Det är förebilder som för Emil endast verkar i de bästa restaurangköken och som förfogar över det Emil söker efter för att återfå förutsägbarheten i sitt eget liv: kunskap, kreativitet och nyskapande.

AVSLUTANDE REFLEKTION

Vilka reflektioner kan vi då göra med hänsyn till Emils berättelse? Utifrån ett betraktarperspektiv är det kanske lätt att länka samman Emils ambition att arbeta inom restaurangbranschen med hans historia som arbetslös. Enligt detta sätt att resonera torde hans yrkesval i så fall vara den naturliga konsekvensen av att han flera år tidigare valde att i förtid avsluta sina gymnasiestudier. Jag upplever dock att det är längre fram i berättelsen vi kan identifiera nyanser som tycks kasta ett alternativt ljus på Emils marginaliserade tillstånd. Detta sker då berättelsen övergår i en terminologi som jag liknar vid ett livsentreprenörskap i det individualiserade samhället. I detta ljus tycks Emils upplevda svårigheter att förvalta sitt liv inte längre vara baserat på enskilda händelser som till exempel ett ofullständigt gymnasiebetyg. Snarare har negativa upplevelser fogats samman i en kronologisk ordning, något som lett till både en uppgivenhet och en distansering från ideal han egentligen betraktar som viktiga för framgång. I Emils fall tycks sammanfogningen ha utvecklats till en biografi som enligt honom själv till slut belagt hans marginaliserade tillstånd med en logik som inte längre går att bestrida. Med andra ord kan han i och med denna logik anses ha fastnat på marginalens absoluta nollpunkt, något som gjorde att hans liv, innan utbildningen tog vid, varken tycktes röra sig framåt eller bakåt. Kanske är det på grund av denna stagnation tv-bilderna får en sådan genomslagskraft. Det är en kraft som förvandlar den mediala illusionen till en lockande verklighet som även förmått att åter väcka Emils tro på

framtiden. Huruvida Emils ambition att arbeta inom restaurangbranschen är möjlig att kategorisera som ett positivt eller negativt yrkesval är därför kanske mindre viktigt att beakta. Snarare är det av större vikt att se den övergripande berättelsen som en skildring av hur marginaliseringens effekter kan uppstå och fortplantas. Det är också mot denna bakgrund servicearbetet har blivit kontextualiserat. Det har möjliggjorts med hjälp av en person som försöker navigera i ett samhälle där den aktiva kunskapsinhämtningen och det personliga förändringsarbetet framstår som viktiga dygder.

FÖRFATTARPRESENTATION

Jack Lainpelto är doktorand vid Institutionen för service management och tjänstevetenskap vid Lunds universitet. Hans avhandling skildrar hur en grupp arbetslösa unga vuxna personer skapar strategier för att kunna etablera sig inom restaurangyrket. Han har bland annat tillsammans med Katrin Lainpelto gett ut boken *Den dolda kunskapen: en bok om serviceyrket inom hotell och restaurang* (2012), Lund: Studentlitteratur.

REFERENSER

Baltar, F & de Coulon, S. (2014). Dynamics of the Entrepreneurial Process: The Innovative Entrepreneur and the Strategic Decision. *Review of Business and Finance Studies,* 5(1), 69-81.

Bann, C.L. (2009). An Innovative View of the Entrepreneur Through Exploration of the "Lived Experience" of the Entrepreneur in Startup of the Business. *Journal of Business & Economic Studies,* 15(2), 62-82.

Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Polity Press: Cambridge.

Beck, U & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. Sage Productions Ltd: London.

Bedford, D. (2012). Expanding the Definition and Measurement of Knowledge Economy: Integrating Triple Bottom Line Factors into Knowledge

Economy Index Models and Methodologies. In *ECIC 2012 4th European Conference on Intellectual Capital,* Helsinki: Finland, 67-74.

Buzan, B & Segal, G. (1997). *Anticipating the Future*. Simon & Schuster: London.

Dahlstedt, M & Olsson, M. (2013). *Utbildning, demokrati, medborgarskap*. Gleerups: Malmö

Florida, R.L (2006). *Den kreativa klassens framväxt*. Diadalos: Stockholm.

Gullberg, A & Börjesson, M. (1999). *I vuxenlivets väntrum: arbetslöshetens konsekvenser för ungdomars livsvillkor.* Borea Bokförlag: Umeå.

Jarnhammar, L. (2005). *Kampen bakom svängdörrarna: historien on Hotell- och restaurangfacket*. Hotell- och Restaurangfacket: Stockholm.

Hotell och Restaurang Facket. (2002). *Hotellhälsa och Restaurangrisker*. Elanders Gummessons: Falköping.

Kuhn, M. (2006). The "Learning Economy": The Theoretical Domestication of Knowledge and Learning for Global Competition. In Kuhn, M & Tomassini, M & Simons, P.R-J. (Red.) *Knowledge and Learning in European Educational Research*, Peter Lang Publishing: New York, 19-56.

Poulston, J.M. (2009). Working Conditions in Hospitality: Employees' Views of the Dissatisfactory Hygiene Factors. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism,* 10(1), 23-43.

Rose, N. (2010). *Powers of Freedom*. Cambridge University Press: Cambridge.

Soidre, T. (1999). Kön, generation och arbetslöshet. I Gullberg, A. & Börjeson, M. (red.). I *I vuxenlivets väntrum: arbetslöshetens konsekvenser för ungdomars livsvillkor.* Borea Bokförlag: Umeå.

Wildes, V.J. (2007). Attracting and retaining food servers: How internal service quality moderates occupational stigma, *Hospitality Management,* 26(1), 4–19.

Wood, R.C. (1997). *Working in Hotels and Catering*. International Thomson Business Press: London.

Östling, E. (2013). *Nedlåtande syn på restaurangjobb*. http://www.corren.se/asikter/debatt/nedlatande-syn-pa-restaurangjobb-6593525-artikel.aspx (läst 2014-03-23)

Välfärdsarbetets värde och pris. Erfarenheter av Kommunalstrejken 2003

KRISTIN LINDEROTH

> Vi vädjar, ber, ropar och skriker: Ge vårt arbete ett erkännande! Tillåt oss att ta hand om de sjuka på ett sätt som inte kränker både dem och oss! Och ge oss anständigt betalt för vårt arbete!

Så lyder en insändare från en sjukhusvaktmästare i Svenska Kommunalarbetareförbundets medlemstidning några månader innan förbundet utlyste vad som kom att bli en fem veckor lång kraftmätning med arbetsgivarna (Kommunalarbetaren nr 4, 2002). Under parollen ”Vi tar fajten!” strejkade nästan samtliga av förbundets yrkesgrupper för höjda lägstalöner och för ett löneutrymme på 5,5 procent att fördela, i syfte att på allvar minska lönegapet till verkstadsarbetarna (Medlingsinstitutet 2002:58).

Kommunalstrejken kan placeras in i ett mönster där tjänstesektorn har kommit att stå för en ökande del av arbetskonflikter i västvärlden (se exempelvis Bordogna & Cella 2002:602), och där det har skett en koncentration av dessa till den offentliga sektorn, med en ”feminisering” av arbetskonflikter som följd. Det innebär helt enkelt att det är mer sannolikt att de som är involverade i strejker är kvinnor, och även att det är mer sannolikt att de som strejkar arbetar i välfärden (Briskin 2007). I Sverige ägde under 1990-talet och tjugohundratalets första decennium flera stora arbetskonflikter i offentlig välfärdssektor rum. Till de kvinnodominerade hör, förutom Kommunalstrejken 2003, även sjuksköterskestrejkerna 1995 och 2008 (Fransson 2009:29-31). Det som utmärker Kommunalkonflikten är att den med sina nästan 600 000 förlorade arbetsdagar (Medlingsinstitutet 2003:134) och drygt 86 000 uttag-

na kommunalarbetare (Kommunal, 141105) inte bara är den största i Kommunals historia, utan också den största någonsin bland offentliganställda i Sverige (Medlingsinstitutet, opublicerad sammanställning över stora strejker 1938-2010). Strejken omgärdades av mycket debatt kring strategier och lojalitet inom arbetarrörelsen, och riktade fokus mot frågan om vad välfärdsarbetet egentligen är värt.

I den här texten utgår jag från intervjuer jag gjort med fackligt aktiva kommunalare, där de berättar om varför de strejkade 2003 och vad strejken betydde för dem. De beskriver att de kände sig osynliga och lågt värderade, och att strejken satte dem på kartan, som en intervjuperson uttrycker det. Att synas och få erkännande för sitt viktiga arbete framstår både som något intervjupersonerna ansåg nödvändigt för att kunna få igenom kraven på löneökningar, och som något som hade ett värde i sig. Några intervjupersoner beskriver löneökning på motsvarande sätt; både som avgörande för en anständig levnadsstandard och som ett mått på erkännande och människovärde. Trots ilska och besvikelse över det ekonomiska utfallet hos flera intervjupersoner, visar deras berättelser att strejken upplevdes som synliggörande och att det i strejken också skapades en erfarenhet av stark solidaritet och kampanda. Jag diskuterar detta med hjälp av tidigare forskning om klass- och könsmedvetande i arbetarkamp och föreslår att en utgångspunkt i arbetarkvinnors erfarenheter kan ge en annan förståelse av erkännande och omfördelning, än den som fått stor betydelse i feministiskt teoretiserande genom filosofen Nancy Frasers omfattande bidrag. I Frasers modell är erkännande något ett kollektiv berövas och eftersträvar på grund av en viss identitet, och medan vissa kollektiv (exempelvis kvinnor) är betjänta av detta är arbetarklassen endast betjänt av omfördelning (Fraser 1995).

KOMMUNAL OCH STREJKEN 2003

Kommunal organiserar i huvudsak tjänstearbetare i välfärden, så som undersköterskor, vårdbiträden, barnskötare, städare och parkarbetare. Kommunal är med sina dryga 500 000 medlemmar det största LO-förbundet och det största fackförbundet i Sverige (Svenska Kommunalarbetareförbundet 2014a). 2003 utgjorde kommunalarbetarna en fjärdedel av den svenska ar-

betskraften (Thornley & Thörnqvist 2009:14). Arbetarhistorikern Lars Ekdahl har beskrivit Kommunal som "välfärdssamhällets spegel". Med detta avses att organisationen i sig själv är en produkt av framväxten och tillbakaväxten av den offentliga sektorn (Ekdahl 2010). Under den svenska välfärdsstatens uppbyggnadsår, under vilka den offentliga sektorn expanderade stadigt (Selberg 2012), blev antalet kommunalarbetare fler, och organisationen har sedan 1955 utgjorts av en majoritet kvinnor, där de största yrkesgrupperna finns inom vård och barnomsorg. Idag är 81 procent av Kommunals medlemmar kvinnor (Svenska Kommunalarbetareförbundet 2014b). Liksom uppbyggnaden av välfärdsstaten har speglats i Kommunals medlemsantal och medlemssammansättning har också nedskärningarna under 1980- och 1990-talet (Selberg 2012:22) fått stora effekter på förbundets organisation, som tappade 200 000 medlemmar under 1990-talet och 2000-talets första decennium (Ekdahl 2010:9). Andra betydande förändringar i välfärden som fått konsekvenser för kommunalarna är att ett ökande antal har arbetsgivare i den privata sektorn (Svenska Kommunalarbetareförbundet 2014b), och att införandet av olika industriellt inspirerade styrningstekniker både i privat och offentligt tjänstearbete har lett till ökade krav på effektivitet och kostnadsreducering, något som har inneburit en intensifiering av arbetet för välfärdsanställda (se exempelvis Briskin 2011, Selberg 2012). Året innan strejken visade en undersökning att kommunalarna sov sämre än den övriga befolkningen, och hade mer värk och ångest. 45 procent upplevde att arbetsmiljön hade försämrats de föregående tre åren. Även den fysiska hälsan försämrades under 1990-talet. 1999 hade 54 procent av kommunalarna ont i skuldror, nacke och axlar, en ökning från 42 procent 1988 (Kommunalarbetaren nr 5, 2002). Tillsammans med eftersläpande löner i den offentliga sektorn (se exempelvis Selberg 2012:22, Thornley & Thörnqvist 2009:14) har dessa förändringar orsakat en radikalt annorlunda situation för kommunalarna än den de hade innan 1990-talet.

Kommunal, som under välfärdsstatens uppbyggnadsfas sågs som bärare av den sociala demokratin och därför hade en särskild plats i arbetarrörelsens framtidsvision, har också på senare tid fått en mer komplicerad relation till resten av arbetarrörelsen (Ekdahl 2010:16). I takt med att den offentliga sektorn kommit att betraktas som en utgift och ett hot mot ekonomisk tillväxt

(se exempelvis Ekdahl 2010:106, Tollin 2011:101, Thörnqvist 2006:99) har kommunalarna uppmanats att ta sitt samhällsansvar, till exempel genom att hålla igen på kraven i lönerörelser (Waldemarson 2010:405). I en ledare 2002 visade Kommunalarbetaren på de ökande löneskillnaderna mellan arbetare och tjänstemän i den offentliga sektorn, och att man på den kommunala sidan hade de flesta kvinnorna, de lägsta lönerna och de lägsta löneökningarna (Kommunalarbetaren nr 2, 2002).

”Det är på tiden att vi hävdar oss!” var således ingen konstig rubrik på LO-tidningens framsida 11 april 2003, när tre barnskötare i Stockholm visade att de var redo inför att Kommunals strejkvarsel skulle träda i kraft 23 april (LO-tidningen nr 14, 2003). Strejken flyttades sedan mellan olika yrkesgrupper och kommuner, där man successivt i olika vågor ökade antalet strejkande. Den sista vågen skulle pågå tills en uppgörelse nåddes, men varade bara två dagar, vilket även innebar att de varslade sympatiåtgärderna från SEKO och Svenska Transportarbetareförbundet aldrig hann träda i kraft (Medlingsinstitutet 2003:126-131). 28 maj slöts ett nytt avtal med arbetsgivarna i Kommunförbundet och Landstingsförbundet, omfattande cirka 450 000 anställda. Avtalet blev tvåårigt, och inte ettårigt som Kommunal krävt. Istället för 5,5 procent att fördela lokalt blev resultatet 2,6 procent för 2003 och 2 procent för 2004. Kommunal hade motsatt sig att i avtalet prioritera vissa yrkesgrupper, men överenskommelsen resulterade i att utvalda yrkesgrupper så som vård- och omsorgspersonal fick ett löneutrymme om 5 procent 2003, medan andra prioriterade grupper så som barnskötare och skötare fick ett utrymme om 5 procent 2004. Lägstalönerna höjdes till 14 000 för de som hade gymnasieutbildning och minst ett års sammanhängande erfarenhet i yrket (Medlingsinstitutet 2003:196, Jacobsson 2003:20:9).

Huruvida det avtal som skrevs under var en seger eller inte för kommunalarna blev föremål för diskussion. I en utvärdering gjord av Kommunalarbetaren svarade 64 procent av sektionsordförandena att deras medlemmar hade reagerat negativt eller väldigt negativt på avtalet. Bara 7 procent kunde vittna om en positiv reaktion (Kommunalarbetaren nr 12, 2003). Kommunals ordförande Ylva Thörn menade å sin sida att man aldrig skulle ha fått några löneökningar överhuvudtaget utan strejken, och sade att hon ”/.../ aldrig sett

ett sådant starkt och massivt motstånd från arbetsgivarna mot lägstlönesatsningarna /.../" (Expressen 28/5 2003).

Strejken och dess epilog karaktäriserades också av konflikter kring den övriga arbetarrörelsens stöd för Kommunal, som från flera håll anklagades för att ha krävt för mycket och därmed riskera både lönesamordningen inom LO och svensk ekonomi (Thornley & Thörnqvist 2009:15). Ett annat exempel på det komplicerade förhållandet mellan Kommunal och arbetarrörelsens politiska gren är den diskussion om strejkbryteri som uppstod efter att politiker i många kommuner, däribland politiker från Socialdemokraterna och Vänsterpartiet, hade utfört det arbete som nedlagts av de strejkande, så som att låsa upp skolor, tömma parkeringsautomater och städa i olika kommunala lokaler (Thornley & Thörnqvist 2009:21, Waldemarson 2010:403).

Strejken belyser alltså på flera sätt den svenska modellens speciella, och ibland problemfyllda, gränsdragningar mellan det fackliga, det politiska och det offentliga, och tangerar därmed större frågor om arbetarrörelsens mål, visioner och strategier, och förutsättningarna för välfärdsarbetare att förbättra sina villkor genom arbetsplatskamp.

ERKÄNNANDE: ATT BLI SEDD FÖR DET MAN GÖR

De intervjuer jag har genomfört med fackligt aktiva kommunalare som deltog under konflikten 2003 har visat att en vilja att synliggöras som utförare av ett viktigt arbete spelade en avgörande roll i deras upplevelse av strejken. Viljan att synliggöras (erkännas) för det arbete man utför, kan både förstås som ett strategiskt medel för att uppnå ett önskat ekonomiskt resultat (omfördelning) och som något som har ett värde i sig, och dessa aspekter länkas i intervjuerna samman på ett sätt som gör att det är svårt att tydligt avgränsa dem från varandra. En löneökning beskrivs dessutom av flera deltagare inte bara som något som är viktigt för att kunna försörja sig och upprätthålla en anständig levnadsstandard, men också som ett mått på värdet av arbetet och den egna personen. Annika, som under strejken jobbade som barnskötare och var arbetsplatsombud, återkommer till hur kommunalarnas löner släpar efter medan alla kostnader ökar och hur högre lön är avgörande för livskvaliteten. Men

när jag frågar vad det skulle betyda att få högre lön svarar hon omedelbart ”Att bli sedd” (intervju med Annika 140604). Löneökning blir här ett medel för erkännande, på samma sätt som synliggörande och erkännande blir ett medel för att få igenom kraven på löneökningar.

Bakgrunden till viljan att synliggöras och få erkännande för det egna arbetets betydelse är att man upplever sig osynliggjord och lågt värderad, och att det arbete man utför inte anses viktigt. Anders, ledamot av en sektionsstyrelse och som jobbade som skötare under strejken, berättar om hur olika yrkesgrupper benämndes på sjukhuset:

> Men vi upplevde ju att till stor del så – så var vi osynliga. Folk såg inte att vi fanns. När de började diskutera nedskärningar till exempel då om man tittade /…/ på statistiken över anställda på sjukhuset så satt jag med vid ett tillfälle där det redovisades att så här många läkare har vi anställda, så här många sjuksköterskor har vi anställda och sen en övrig personal. Och övrig personal det var vi [skratt]. Så vi var ju majoriteten men vi fanns inte. (Intervju med Anders, 130524)

Känslan av osynlighet är inte ovanlig i berättelser om arbetarkollektivs arbetsplatskamp, och krav på respekt och erkännande går ofta hand i hand med krav på materiella förbättringar (se exempelvis Ekdahl 2011). Arbetarhistorikern Robert Ross understryker, mot bakgrund av detta, att “[t]he twinning of struggles for material decency and for dignity and respect plumbs the heart of worker’s relationships to their jobs” (2013:61). Särskilt har lågbetalda yrkesgrupper, vilka ofta varit kvinnodominerade, formulerat krav på värdighet, respekt och erkännande av det egna arbetet som riktigt och viktigt. ”Två ord återkommer genom historien i samband med att kvinnor går ut i strejk”, skriver rättsvetaren Susanne Fransson, och det är ”synliggörande och människovärde. Strejken synliggör kvinnor och deras arbete, vilket också är en del av strategin. Människovärdet handlar genomgående om lönen – en lön som det går att leva på” (2009:34). Eftersom kvinnodominerat arbete ofta är osynliggjort och undervärderat, inte minst när det gäller reproduktivt tjänstearbete, är detta knappast konstigt (Weeks 1998). I en intervjustudie med barnskötare som deltog i den nationella skotska barnskötarstrejken 2004 (en

av de få studier som gjorts av strejkerfarenheter i de yrkesgrupper som Kommunal omfattar) berättade de strejkande att deras arbete ofta avfärdades som ”only looking after the weans”, med det underförstådda antagandet att ta hand om småbarn är något vem som helst kan göra. Precis som de svenska kommunalarna hade de påverkats av förändringar i välfärden och eftersläpande löner. De ville ändra på bilden av sitt yrke, och beskrev sin kamp som att den gällde både lön och erkännande (Mooney & McCafferty 2005).

Arbetskonflikter formas inte bara av yrkesrelaterade förutsättningar, så som arbetets natur och organisation, men också av huruvida det utförs inom privat eller offentlig sektor. Behovet av erkännande från allmänheten som ett medel för att försöka få igenom strejkkraven kopplas av deltagarna till de speciella förutsättningar som finns för strejker i den offentliga sektorn. Eftersom arbetet inte producerar något mervärde åt kapitalet och därför inte är produktivt i kapitalistisk mening (se exempelvis Johansson 2003, Fine & Saad-Filho 2004) orsakade strejken ingen ekonomisk förlust för motparten. Kommunalarnas arbete är inte heller direkt kopplat till sådan produktion, där en nedläggning av arbetet skulle kunna få omedelbara effekter på denna. Snarare betydde strejken att arbetsgivarna sparade pengar. Detta är anledningen till att strejker i offentlig sektor tenderar att bli diskursiva kraftmätningar (Thornley & Thörnqvist 2009:16). Om motparten är hårdnackad kan allmänhetens uppfattning bli avgörande. I denna bemärkelse är facklig kamp i offentlig sektor i sig politisk; de strejkandes krav adresserar offentliga utgifter och politiska prioriteringar kring välfärdstjänsterna (Briskin 2007:21). Anders beskriver skillnaderna i villkor mellan Kommunals strejk och en transportarbetarstrejk, när det gäller effekten på arbetsgivarna:

> Till skillnad från när Transport strejkar till exempel och stannar lastbilarna, ja det blir inga leveranser till industrierna och helt plötsligt så kostar det jättemycket pengar för företagen. Det är mycket – maktmedlet är mycket kraftfullare än för oss. Där är det ju allmänhetens sympati som är det starkaste vapnet och det var ju den stora utmaningen för oss att förklara liksom att våra yrkesgrupper behövs. Om inte vi finns då stannar samhället. (Intervju med Anders, 130524)

Att få upp folks ögon för det arbete som utförs av kommunalarna ses här som avgörande för möjligheten att lyckas med kraven, eftersom allmänhetens stöd är det som kan sätta press på politikerna. Anders betoning på att samhället stannar utan kommunalarna är ett sätt att synliggöra värdet och nödvändigheten av välfärdsarbetet. Samtidigt är en strejk i offentlig sektor en balansgång, där de strejkande måste visa genom sin frånvaro att deras arbete är viktigt inte bara för dem själva utan också för brukarna av välfärdstjänsterna, men också riskerar att tappa stöd från dessa om effekterna blir för påtagliga.

Vad det kan innebära att bli sedd utvecklar Eva, vårdbiträde och ordförande för en Kommunalsektion:

> Det här med yrkesstolthet och sånt det ligger i det där, att bli sedd för det man gör. Det är nog väldigt viktigt. /.../ Och då när man får prata om att det är såhär det ser ut eller ja, som vårdbiträde eller nåt annat, och någon intresserar sig för vad man sysslar med egentligen. På allvar liksom, då blir det jag gör viktigt på ett annat sätt. Eller vi vet ju att vi gör viktiga jobb, men vi blir ju inte sedda för det. (Intervju med Eva, 130617)

Här görs en tydlig koppling mellan yrkesstolthet och att bli sedd av andra som någon som utför ett viktigt arbete. Andras uppmärksamhet påverkar självbilden, det får till och med det egna arbetet att bli viktigare, säger Eva. Hon rättar sig sedan, och säger att arbetet redan är viktigt, men att kommunalarna inte blir sedda för det de gör. I deltagarnas berättelser finns hela tiden en glidning mellan vetskapen om att det egna arbetet är viktigt, och behovet av erkännande från andra, oavsett om det sker genom löneökning eller bara genom positiv uppmärksamhet. Det verkar dock otvetydigt som att strejken fick effekter på hur kommunalarna uppfattade sig själva och det egna arbetets status. När Annika får frågan om vad hon tyckte var det bästa med strejken svarar hon:

> Att vi fick synas. Det tycker jag ju. /.../ just att man beskrevs som att vi är någonting att räkna med, vi är ju inget man sopar under mattan. (Intervju med Annika, 140604)

Genom strejken hamnade kommunalarna plötsligt i fokus i samhällsdebatten på ett sätt de inte varit vana vid. I den plötsliga synligheten fanns också ett element av upprättelse för kommunalarna, som hade fått stå tillbaka under så lång tid. Eva beskriver hur den mediala uppmärksamheten kring strejken fick henne att känna sig stärkt:

> Och man hamnar i media. Alltså man blir ett nyhetsvärde, man får ett – ja, man blir nån. Faktiskt. Och det tycker jag är viktigt. (Intervju med Eva, 130617)

Annikas beskrivning av hur kommunalarna inte längre var något ”man sopar under mattan” och Evas upplevelse av ”man blir nån” genom synligheten i media visar att det som skapades i strejken inte bara var yrkesstolthet. Genom strejken upplevde sig kommunalarna synliggjorda, inte bara som utförare av viktiga välfärdstjänster, men också som människor. I detta synliggörande skedde också ett erkännande som påverkade den egna självbilden. Detta var inte bara en effekt av uppmärksamhet från media eller allmänheten, det var också något som skedde i själva strejkkampen. I det kollektiva handlandet formades en kampvilja och en solidaritet som skapade en känsla av styrka hos yrkesgrupper som är vana att bli hunsade. Eva pekar på kopplingen mellan den individuella och den kollektiva utvecklingen av en sådan styrka genom strejken:

> För det tror jag också att en strejk gör att man blir stark, alltså det stärker individerna, det stärker kollektivet och det stärker individerna i kollektivet väldigt mycket. (Intervju med Eva, 130617)

Arbetsplatskampens stärkande effekt på de som deltar, inte minst när det gäller kvinnodominerade yrkesgrupper, är inget okänt fenomen. Flera forskare har visat att kvinnliga arbetare utvecklat en mer positiv självuppfattning under arbetskonflikters gång, en självuppfattning som utmanat en traditionell bild av hur kvinnliga arbetare ska vara. Under 1970-talet med en våg av vilda strejker var flera av de involverade arbetarkollektiven kvinnodominerade, så som städare och textilarbetare; yrkesgrupper med låg lön och låg samhälls

status (se exempelvis Thörnqvist 1994, Giese 1979, Schmitz 2008, 2011). I forskningen om sådana kvinnodominerade arbetskonflikter framkommer att både klass och kön formade de strejkandes upplevelser av att gå ut i konflikt, men att kön också utmanades genom arbetskonflikterna. Många vittnade till exempel om att de vågat tala offentligt för första gången, att deras samhällsintresse växt och att de känt sig starkare (se exempelvis Schmitz 2008, 2011, Göransson i Giese 1979, Liversage & Sjörup 1976 i Giese 1979). Den amerikanska sociologen Rick Fantasia har framhållit att gränserna för kvinnlig militans är snävare än för manlig, och att det finns krav på att kvinnor i arbetskonflikter inte får överskrida normer för hur kvinnor ska bete sig (1988:175). Samtidigt har detta utmanats historiskt, i arbetarkvinnors konkreta, men ofta mindre synliggjorda, praktiker. Det är följaktligen inte så att strejker nödvändigtvis reproducerar traditionella könsmönster. Strejkforskaren Linda Briskin använder uttrycket "gendering labor militancy" för att beskriva att kön både mobiliseras, motarbetas och omvandlas i kvinnors arbetsplatskamp (2007:22) och att dessa processer också formar kampen. I kommunalarnas fall kan man till exempel tänka sig att strejkens starka fokus på det osynliggjorda och nedvärderade reproduktiva arbetet både var en effekt av en könsarbetsdelning, men också något som utmanade den traditionella bilden av detta arbete.

Vad är det som händer i arbetskonflikter som gör att deltagande arbetare erfar att de fått bättre självförtroende och en ökad styrka? Fantasia har i sin studie av arbetarkamp i USA på 1970- och 1980-talen valt att beskriva det som skapas mellan arbetarna under en arbetskonflikt som "cultures of solidarity" (1988). Det är ett sätt att studera "klassmedvetande", men handlar inte om ett permanent medvetande som hela tiden finns där latent och sedan plötsligt blir manifest i löneförhandlingar. Istället utgör strejken enligt Fantasia en kulturell förändring, där något nytt uppstår. I en kontext av kamp och sociala motsättningar förändras både verkligheten och arbetarna själva. Som Briskin har visat handlar det även om förändringar av könsrelationer (2007). Det kan vara en kortvarig företeelse men visar att sociala relationer (som klass och kön) inte är statiska, utan görs och förändras i våra materiella praktiker där arbete har en central roll.

LÄRDOMAR AV STREJKEN

De kommunalare jag har intervjuat beskriver strejken 2003 som en erfarenhet av stärkt kampvilja och synliggörande. Detta har också hos intervjupersonerna visat sig stå i förbindelse med den känsla av besvikelse som uppstod när strejken avbröts. I intervjuerna framkommer att viljan att fortsätta strejken inte bara handlade om en önskan att få ett bättre avtal, utan också om en vilja att ta den strid man laddat upp för. Fantasia beskriver hur det i arbetskonflikter kan växa fram vidgade möjlighetshorisonter, helt enkelt en större tro på vad som är möjligt att åstadkomma (1988).

Den plötsliga synligheten och stärkta yrkesstoltheten för kommunalarna skapade förväntningar på fortsättningen som inte infriades. Annika, som säger att hon tycker att man borde ha fortsatt strejken tills ett bättre avtal uppnåddes, beskriver hur hon kände när hon fick veta att strejken var slut:

> Man grinade – ja det var – usch. Det var verkligen en meningslös strejk på så sätt, att allt man hade laddat – det enda var väl det att man satte sig på kartan – att vi finns. Vi är duktiga. Vi behövs verkligen i det här samhället. Men inte sjutton har det gett det – alla går ju hela tiden och väntar på att vi ska säga upp avtal för att sätta ner fötterna, att inte vi kan vara de som andra lever på, att inte vi får upp våra löner, att de hela tiden får högre. För det är ju fortfarande ett låglöneyrke. (Intervju med Annika, 140604)

I Annikas berättelse är det synliggörandet, ”att man satte sig på kartan”, som tillsammans med den fackliga solidariteten blir det bestående positiva minnet av strejken. Löneökningen beskriver hon som så modest att strejken i det hänseendet var meningslös, och betonar att kampen för anständiga löner fortfarande pågår.

Fantasia framhåller att även om seger i den aktuella konflikten inte är avgörande för att kollektiva processer likt de jag beskrivit ska existera, är ändå ett positivt utfall för de strejkandes sida en faktor som kan fungera förstärkande (1988). Det är dock tveksamt om strejken 2003 fick en sådan effekt, eller om

förstärkningen snarare gick åt andra hållet. Anders påpekar till exempel att han tror att besvikelsen efter strejken 2003 var en orsak till att det tog lång tid innan Kommunal var beredda att gå ut i konflikt igen:

> Så /.../ hela erfarenheten av strejken satt i länge. Och det gjorde ju också att det tog länge innan vi /.../ gjorde nåt liknande – vi försökte nånting liknande igen. (Intervju med Anders, 130524)

Detta antyder att förstärkningen också kan gå på andra hållet, genom att en känsla av besvikelse efter en verkligt stor uppladdning kan verka nedslående eller avskräcka från liknande försök i framtiden. Samtidigt tycks känslan av erkännande och synliggörande, och den stärkande effekt som detta fick på intervjupersonerna, ha blivit en varaktig erfarenhet av strejken, och något som balanserar besvikelse över det ekonomiska utfallet.

Intervjupersonernas vilja att synliggöras och få erkännande för sitt utförda arbete framstår i intervjuerna både som ett strategiskt medel för att få igenom kraven och som något som har ett värde i sig. Strävan efter löneökning formuleras dessutom inte bara i materiella termer; högre lön beskrivs också som ett sätt att få erkännande och människovärde. Att dessa aspekter är sammanlänkande i intervjupersonernas berättelser visar att det är problematiskt att göra den skarpa åtskillnad mellan kamp för ekonomisk omfördelning och kamp för erkännande som görs av Nancy Fraser, den feministiska teoretiker som framförallt kommit att förknippas med dessa begrepp, och vars förståelse av dem kommit att bli tongivande i feministiskt teoretiserande (se exempelvis Fraser 1995, 1998, 2003, 2007). Fraser menar, utifrån en idealtypsmodell, att olika kollektiv är betjänta av olika typer av kamp. Detta innebär att vissa kollektiv är betjänta av omfördelning och andra av erkännande. Det finns också vad hon kallar bivalenta kollektiv som har behov av både erkännande och omfördelning. Kvinnor är ett sådant kollektiv, enligt Fraser. Arbetarklassen däremot, menar hon inte har något att vinna på erkännande, bara omfördelning, eftersom dess mål är att avskaffa sig själv som klass (Fraser 1995). Som vi har kunnat se är dock erkännande och omfördelning inte enkla att separera. Fraser noterar själv i en fotnot (1995, not 16) att socialistiska rörelser ofta har hävdat arbetares värde och värdighet, och integrerat krav på omfördelning

med krav på erkännande, men detta ges ingen påverkan på utformandet av den analytiska modellen.

Det arbetarkollektiv jag intervjuat personer från är kvinnodominerat, och kan således förstås som bivalent, och därmed i behov av både omfördelning och erkännande. Men där Frasers definition av erkännande förutsätter att det är något en person saknar på grund av en viss identitet strävar kommunalarna efter erkännande för det arbete de utför, och i förlängningen efter att erkännas som människor som förtjänar en rimlig levnadsstandard. Genom att betona vikten av välfärdsarbetet och ifrågasätta den rådande värderingen av det finns också en latent strävan efter erkännande för en viss organisering av samhället.

Att Frasers modell inte går att applicera på arbetarkvinnors lönekamp är dock framförallt för att den förutsätter att den komplexitet som genomsyrar verklighetens kollektiv abstraheras bort. Som många feministiska teoretiker har understrukit formar klass en viss typ av könsvillkor, och klass och kön går inte att förstå separerade från varandra (se exempelvis Skeggs 2012, Russell 2007). Genom att utgå från det konkreta, så som en strejk, kan begrepp som erkännande och omfördelning, istället för att bli fasta analytiska abstraktioner, användas för att utforska de sociala relationer som uttrycks i dem (Smith 2004). I Kommunalstrejken 2003 verkar en sammanvävd strävan efter erkännande och omfördelning ha skapats ur intervjupersonernas erfarenheter som utförare av ett osynliggjort och undervärderat tjänstearbete i den offentliga välfärden. Klass och kön har således format både strejkkampen och intervjupersonernas erfarenheter av densamma.

FÖRFATTARPRESENTATION

Kristin Linderoth är doktorand i genusvetenskap vid Lunds universitet. I sitt avhandlingsprojekt intervjuar hon lokalt fackligt aktiva kommunalare som var involverade i strejken 2003 om hur de ser tillbaka på sina erfarenheter. Avhandlingen undersöker på detta sätt fackföreningsrörelsens självbild, men också hur förändringar i välfärden kan förstås genom muntligt förmedlade berättelser om strejken. Teoretiskt ligger avhandlingens fokus på hur klass och kön görs genom arbete och facklig kamp. Det har hon skrivit om exempelvis

i artikeln ”Könspolitik mellan kamp och samförstånd” (2012), i *Arbetarhistoria: meddelande från Arbetarrörelsens arkiv och bibliotek*, 141.

REFERENSER

Bordogna, Lorenzo & Cella, Gian Primo. (2002). Decline or transformation? Change in industrial conflict and its challenges. *Transfer* 8(4), 585–607.

Briskin, Linda. (2007). Gendering labour militancies. Paper submitted to the *Gender as Social Practice stream of the Gender, Work and Organization Conference*. Keele: Keele University, UK, June 2007.

Briskin, Linda. (2011). Resistance, mobilization and militancy: nurses on strike. *Nursing Inquiry,* 19(4).

Ekdahl, Lars. (2010). *Välfärdssamhällets spegel: Kommunal 1960-2010*. Stockholm: Premiss.

Ekdahl, Lars. (2011). Makten och människovärdet. Gruvstrejken 1969 som samhällskritik. *Arbetarhistoria*, (2-3), 12-17.

Fantasia, Rick. (1988). *Cultures of solidarity. Consciousness, action, and contemporary American workers*. University of California Press.

Fine, Ben & Saad-Filho, Alfred. (2004). *Marx's Capital.* London: Pluto Press.

Fransson, Susanne. (2009). Kvinnors strejker – en väg till rättvisa och jämställda löner? I Egerö, Anne-Marie, (red.). *Nio perspektiv på jämställdhet. En antologi om kvinnors och mäns löner*. Stockholm: Medlingsinstitutet.

Fraser, Nancy. (1995). From Redistribution to Recognition? Dilemmas of Justice in a “Post-Socialist” Age. *New Left Review*, (1), 212.

Fraser, Nancy. (1998). Heterosexism, misrecognition and capitalism: A response to Judith Butler. *New Left Review,* (1), 228.

Fraser, Nancy. (2003). Social justice in the age of identity politics. In Fraser, Nancy & Honneth, Axel, (eds. 2003). *Redistribution or recognition?* London: Routledge.

Fraser, Nancy. (2007). Feminist politics in the age of recognition: A two-dimensional approach to gender justice. *Studies in Social Justice,* 1(1), 23-35.

Göransson, Anita. (1979). ”Om dom låser fabrikerna? Då låser vi upp». I Giese, Suzanne & Göransson, Anita, (red.) *Sida vid sida. Kvinnokamp på fabrik & kontor.* Stockholm: Rabén & Sjögren.

Johansson, Tony. (2003). Introduktion till Karl Marx distinktion mellan improduktivt och produktivt arbete. *Fronesis,* (9-10).

Liversage, Toni & Sjörup, Karin. (1976). Danmark: ”Den konflikten betydde en massa för mig”. I Giese, Suzanne (1979, Red.) *Sida vid sida. Kvinnokamp på fabrik & kontor.* Stockholm: Rabén & Sjögren.

Mooney, Gerry & McCafferty, Tricia. (2005). “Only looking after the weans?” The Scottish nursery nurses” strike, 2004. *Critical Social Policy,* 25(2), 223-239.

Ross, Robert. (2013). Bread and roses: Women workers and the struggle for dignity and respect. Working USA: *The Journal of labour and society,* 16(1), 59-68.

Russell, Kathryn. (2007). Feminist dialectics and Marxist theory. *Radical Philosophy Review* 10(1), 33-54.

Schmitz, Eva- (2008). Systerskapet och solidaritetens möjligheter: Kvinnorörelsens politiska strategi 1968 och framåt. *Tidsignal: tidskrift för politik, kultur och samhällsdebatt,* (8), 40-70.

Schmitz, Eva. (2011). “Kan de strejka i Norge kan väl vi också”. ASAB-städerskornas strejker under 1974 och 1975. *Arbetarhistoria,* (2-3), 18-26.

Selberg, Rebecca. (2012). *Femininity at work. Gender, labour and changing relations of power in a Swedish hospital*. Lund: Arkiv förlag.

Skeggs, Beverley. (2012). Åter till frågan om respektablitet. Personvärdets moraliska ekonomi. *Fronesis*, (40-41).

Smith, Dorothy. (2004). Ideology, science and social relations: A reinterpretation of Marx’s epistemology. *European Journal of Social Theory,* 7(4), 455-462.

Thornley, Carole & Thörnqvist, Christer. (2009). Where's the Enemy? A comparison of the Local Government Workers' Strike of July 2002 in the UK and the Municipal Workers' Strike of Spring 2003 in Sweden. Paper presented to *BJIR Conference in honour of Richard Hyman*, London 28-29 May 2009.

Thörnqvist, Christer. (1994). *Arbetarna lämnar fabriken: Strejkrörelser i Sverige under efterkrigstiden, deras bakgrund, förlopp och följder.* Göteborg: Historiska institutionen, Göteborgs universitet.

Thörnqvist, Christer. (2006). Ekonomiska paradigm och människovårdande arbete i Sverige. *Tidskrift for arbejdsliv,* 8(1), 96-110.

Tollin, Katharina. (2011). *Sida vid sida: en studie av jämställdhetspolitikens genealogi 1971-2006*. Stockholm: Atlas.

Waldemarson, Ylva. (2010). *Mellan individ och kollektiv: Kommunal 1960-2010.* Stockholm: Premiss.

Weeks, Kathi. (1998). Labor, standpoints and feminist subjects. In Harding, Sandra (2004, ed.) *The feminist standpoint theory reader.* Routledge: New York & London, 181-193.

KÄLLMATERIAL

Expressen (2003) "Kommunalstrejken över", 2003.05.28, http://www.expressen.se/nyheter/kommunalstrejken-over/ (läst 2014.10.15).

Kommunalarbetaren (2002), Beckström, Liv, "Uselt löneläge lockar inte unga", nr 2.

Kommunalarbetaren (2002), Bedo, Anter, "Vi vädjar, ber, ropar och skriker!", nr 4.

Kommunalarbetaren (2002), Sjölander, Ann-Christin, "Ohälsan ökar bland kommunalare", nr 5.

Kommunalarbetaren (2003), Bergsmark, Bengt, "Sektionsordförandena: Medlemmarna är besvikna", nr 12.

LO-tidningen (2003), "Det är på tiden att vi hävdar oss!", nr 14.

LO-tidningen (2003), Jacobsson, Göran, ”Det här är innebörden i det nya avtalet”, nr 20.

Medlingsinstitutet (2002), *Avtalsrörelsen och lönebildningen 2002*. Medlingsinstitutets årsrapport.

Medlingsinstitutet (2003), *Avtalsrörelsen och lönebildningen 2003*. Medlingsinstitutets årsrapport.

Medlingsinstitutet, Större arbetsinställelser åren 1938-2010 (opublicerat dokument, erhållet genom korrespondens 2014-10-14).

Svenska Kommunalarbetareförbundet (2014a) ”Medlemmar efter yrkesgrupper”, http://www.kommunal.se/Kommunal/Om-Kommunal/Kommunal-i-siffror/Medlemmar-anstallda-i-kommuner-och-landsting/ (läst 2014-10-10).

Svenska Kommunalarbetareförbundet (2014b) ”Vi i Kommunal”, http://www.kommunal.se/Kommunal/Om-Kommunal/Kommunal-i-siffror/Vi-i-Kommunal/ (läst 2014-10-10).

Oops … popcorn på golvet och en spya i badrummet. Om servicearbete i gästernas absoluta närhet

VERONICA ÅBERG

> Hej, Lars Bergkvist, jag har bokat för i natt. Jag vet att jag är tidig men när jag ändå är här tänkte jag kolla om det finns möjlighet att få checka in nu på en gång? [Nyanländ gäst kommer med snabba steg genom lobbyn fram till receptionsdisken med sin övernattningsväska hängande över axeln]
>
> Välkommen! [Receptionisten Tina söker ögonkontakt med gästen och ger honom ett hastigt leende] – Ja där hittar jag dig. Ett enkelrum, för en natt, ja det stämmer. [Tittar ner på skärmen och skriver in gästens efternamn och bokningen kommer upp] – Då ska jag se vad vi kan göra för dig. Förhoppningsvis är rummet redan klart. Jodå det är färdigt så jag kan checka in dig på en gång… (Ur fältdagbok 2004-06-05, receptionen på Hotell 4 Stjärnor)

I FOKUS: SERVICEMÖTET, KUNDEN OCH DET INTERAKTIVA SERVICEARBETET ”I FRONTEN”

Ansikte mot ansikte, blickar som hastigt möts, ett litet leende och några korta fraser framförda med ett röstläge och tonfall som verkar vilja förmedla en perfekt balans mellan ett varmt välkomnande och rationell effektivitet, vara förtroendegivande utan att forcera. Det som beskrivs är ett kort och ordinärt servicemöte mellan en nyanländ gäst och en rutinerad receptionist

fångat i receptionen till Hotell 4 Stjärnor i Sverige i början av 2000-talet. Just servicemötet och det interaktiva servicearbetet har varit en empirisk så väl som analytisk startpunkt för många forskare som genom åren bidragit till en fördjupad förståelse för det tjänstesamhälle vi lever i (se Mulinari 2007, Corvellec & Lindqvist 2005, Petersson 2003). Inte minst har aktuell tjänsteforskning pekat på den komplexitet och mångfald som varje enskilt servicemöte rymmer och hur våra föreställningar om vad som utgör ”god service” ständigt omförhandlas och manifesteras på olika sätt beroende på kontext och sammanhang (se Andersson Cederholm m fl 2014, Eksell 2013, Svingstedt 2012).

En aspekt som tjänsteforskningen tagit fasta på är kundens roll i värdeskapandet och hur kunden är en central aktör som varje serviceorganisation måste ha förståelse för och ta hänsyn till när det dagliga arbetet ska organiseras och planeras (Korczynski 2013, 2009). I ett samhälle drivet av konsumtion blir mantran som ”kunden har alltid rätt” svårt att ifrågasätta och kundorientering en avgörande aktivitet för varje framgångsrik verksamhet. Den framväxande tjänstelogiken har också bidragit till ett ökat kundfokus genom att framhålla hur värden skapas just i relationen mellan kunder och tjänstearbetare, och hur värde är något som samproduceras (Vargo & Lusch 2004). Att kunden har getts en så framträdande roll har fått som konsekvens att majoriteten av all tjänsteforskning som berör servicearbete, dess praktiker och organisering, har kommit att fokusera på det direkt interaktiva servicearbetet som utförs i verksamheternas ”frontlinjer”. Utgångspunkten har varit att det främst är i dessa ”sanningens ögonblick” som kunderna är närvarande och därmed också influerar servicearbetet och tjänstekvaliteten (Grönroos 2008, Norman 1983). I dessa studier har det emotionella och performativa dimensionerna av servicearbetet fått stort utrymme (Petersson 2003, Hochschild 1983) men på senare tid har även de mer estetiska dimensionerna lyfts fram (Warhurst & Nickson 2009). Insikterna om kundernas inflytande över servicemötet har också lett till en fördjupad förståelse för komplexiteten som finns inneboende i relationen mellan kund, arbetare och arbetsgivare samt möjligheterna att leda, styra och kontrollera relationen mellan kunder och servicearbetare (Bélanger & Edwards 2013, Lopez 2010, Korczynski & Macdonald 2009).

Det har även gjorts studier om det icke-interaktiva servicearbetet som utförs ”bakom kulisserna” i till exempel hotellens och restaurangernas servicelandskap (Dyer m fl 2010, Crang 1994). I dessa sammanhang är kundernas inflytande på arbetet dock något som sällan tagits i beaktande eller så har det setts som mycket minimalt (se dock Sherman 2011, 2007). Vad som istället brukar framhållas i dessa studier är chefer och ledares möjligheter att standardisera och skapa tydliga rutiner för arbetet då arbetsuppgifterna i hög grad går ut på att förmedla och leverera tjänster som till stor del är påtagligt materiellt i sitt innehåll så som att bädda en säng eller laga till en måltid, medan det immateriella och emotionella känsloarbetet är minimerat. Dessa studier har främst genomförts på arbetsplatser där kunder och arbetare är fysiskt skilda åt i servicelandskapet och det utförda servicearbetet tar plats utanför kundernas omedelbara räckvidd.

ATT RE-FOKUSERA: SERVICEARBETE I GÄSTERNAS OMEDELBARA NÄRHET

I kontinuumet mellan det i hög grad interaktiva servicearbetet ”i fronten” och det icke-interaktiva arbetet som utförs ”bakom kulisserna” utförs en mängd servicearbete i kundernas omedelbara fysiska närhet utan att detta arbete inbegriper någon högre grad av social interaktion med kunder eller gäster. Inte minst utförs den här typen av servicearbete i hotellens och restaurangernas servicelandskap. De som arbetar med städning eller room service befinner sig under en stor del av arbetstiden mycket nära gästerna eller deras tillhörigheter, men samtal med gäster är under ett arbetspass ofta få och kortvariga. Men det innebär inte att kunderna, till exempel hotellens gäster, inte har inflytande över hur dessa servicearbetare organiserar och planerar sitt arbete. Snarare tvärt emot.

Denna essä bygger på Rachel Shermans studier om housekeepingpersonalens arbete på amerikanska lyxhotell i början på 2000-talet (Sherman 2011, 2007), och visar hur även servicearbete som utförs av hotellstädare på svenska hotell tydligt influeras av både gästerna närvaro och husfruarnas olika managementstrategier. Jag tar här fasta på tre av de argument som Sherman (2011) tidigare formulerat, och diskuterar dessa utifrån en svensk kontext:

(1) Det servicearbete som utförs inom housekeeping av hotellens städpersonal är högst påtagligt influerat av gästers beteende och önskningar, även om de direkta gästkontakterna är relativt få under ett arbetspass. Oförutsedda händelser där gästerna agerar utanför det förväntade skapar variationer i arbetets rytm och innehåll, och därmed upplevelsen av arbetssituationen. (2) Att gästerna på detta sätt så påtagligt inverkar även på det servicearbetet som personalen inom housekeeping utför gör det svårt att rutinisera och standardisera dessa arbetsuppgifter i den omfattning som tidigare forskning gjort gällande. (3) Ledare, här husfruarna, använder sig av olika strategier för att minimera det oberäkneliga och ovissa som alltid omgärdar allt arbete. Dessa strategier influeras både av gästernas ibland oförutsedda agerande såväl som karaktären på det arbete som ska utföras.

Essän bygger dels på ett fältarbete som jag genomförde på ett 4-stjärnigt medelstort stadshotell här kallat Hotell 4 Stjärnor, under ca 2 månaders tid under våren 2004, dels på artiklar publicerade i *Hotellrevyn*, hotell- och restauranganställdas fackliga tidskrift och webbplats, under hösten 2013 och våren 2014.

VARKEN I FRONTEN ELLER BAKOM KULISSERNA: ATT BEMÄSTRA UPPRÄTTHÅLLANDET AV ILLUSIONEN OM TJÄNSTEANDEN

Tjänsteforskningen har sedan länge lyft fram hur det interaktiva servicearbetet till stor del styrs av gästernas närvaro, hur de kommer och går, deras önskningar och behov. Som servicearbetare i fronten behöver man ständigt vara på tårna, omedelbart på pass för att leverera till gästernas behag. Men hur förhåller det sig med det servicearbete som utförs i andra delar av servicelandskapet och som inte främst utgörs av direkta möten, ansikte till ansikte med gästerna? Låt oss leka med tanken att vi som en skugga följer efter Lars Bergkvist efter det att han checkat in på Hotell 4 Stjärnor. Då hade vi kanske sett hur han tagit hissen upp till tredje våningen där han börjat leta sig fram till sitt rum. I korridoren möter han en hotellstäderska som han hälsar på med en snabb nick och ett tyst mumlande – Hej! När han passerat förbi går hans blick mot en städvagn som är inkörd intill väggen och en säck nästan fylld med vad

som verkar vara lakan och handdukar. Han kommer fram till sitt rum. Sätter nyckelkortet i låset och öppnar dörren. Innan dörren hinner slå igen ser vi hur han inne på rummet ställer ifrån sig väskan och direkt sätter sig på sängen. Samtidigt har städerskan plockat med sig ett set rena sänglinnen och gått in på gästrummet två dörrar bort från det rum Lars Bergkvist just gått in på.

Vad jag vill ta fasta på är att och hur hotellgäster inte bara interagerar med receptionisterna i lobbyn. Att checka in på hotell innebär även ett möte och interaktion med hela servicelandskapet. Den mesta tiden spenderar gästerna inne på de enskilda gästrummen och i allmänna utrymmen som restaurangen eller, om det finns en sådan, i spa- och träningsavdelningen. I dessa delar av hotellen arbetar personal inom housekepping så som städ och vaktmästeri med att hålla servicelandskapet i toppskick för att ge gästerna den minnesvärda upplevelse de förväntar sig. Även om deras direkta sociala interaktioner med gästerna är få under ett arbetspass, och oftast utgörs av hälsningar och att besvara korta frågor, så utför de en stor del av sitt arbete i direkt anslutning till de rum där gästerna befinner sig. Att, som man inte så sällan gjort inom tidigare tjänsteforskning, använda sig av en analytisk teatermetafor (Goffman 1959), och därmed göra en tydlig uppdelning mellan det interaktiva servicearbetet som sker ”på scenen” eller ”i fronten” respektive det icke-interaktiva arbetet som tar plats ”bakom kulisserna”, leder missvisande till föreställningen att servicearbetet som utförs av personal inom housekeeping tar plats just bakom scenen där gästerna sällan eller aldrig rör sig. Men den mesta arbetstiden har städpersonalen fullt upp med att röra sig in och ut mellan gästrummen och längs med hotellets korridorer och befinner sig därmed i gästernas omedelbara närhet. Det blir under skuggningen uppenbart hur gästerna påverkar hur de ständigt gör aktiva val och överväganden som berör arbetets innehåll, möjligheterna till att skapa sig tidsmarginaler, bra timing och effektivt tempo, och om det omöjliga i att enbart jobba på rutin och beredskapen för det oväntade.

På Hotell 4 Stjärnor började dessa övervägande så fort städpersonalen kom upp på våningsplanet.”Har du koll på om någon har checkat ut?” frågar Rosita. Det var viktigt att komma igång så fort som möjligt med arbetet för att hinna med allt som skulle göras under dagen och den första stunden på mor-

gonen fanns få andra arbetsuppgifter att välja på än att städa de gästrum där gästen redan hade checkat ut. Att börja arbetspasset med att dammsuga korridoren var till exempel inte ett alternativ eftersom det kunde väcka sovande gäster. Så att direkt se ryggen på en gäst som med sitt bagage gick mot hissen innebar att städpersonalen utan väntan kunde påbörja dagens arbete. Om de också hann uppfatta vilket rum som gästen lämnade desto bättre eftersom de då slapp ringa till receptionen eller husfrun för att få rumsnumret. Därefter blev det viktigt att skapa sig en överblick över vilka rum som var avreserum, det vill säga rum där den nuvarande gästen skulle checka ut och en ny gäst anlända senare på eftermiddagen, och vilka som tillhörde kategorin stannarum där gästen skulle övernatta ytterligare ett dygn. Samtliga avreserum måste vara klara en stund innan de nya gästerna fick checka in, och för att inte hamna i tidsnöd var det viktigt att ha städat tillräckligt många av dessa rum redan innan lunch. Eftersom städpersonalen aldrig kunde veta exakt vad som skulle möta dem innanför dörren till ett rum var det avgörande för dem att skapa sig en buffert med tid, en tidsmarginal, så att de även om något oväntat hände, hade möjlighet att bli klara i tid. Att direkt på morgonen kunna börja städa ett gästrum och därefter i relativt högt tempo städa klart ytterligare några avreserum ansågs därför som både en bra start på dagen, såväl som en väl vald strategi för hur man på bästa sätt organiserade arbetet.

Tekniken för att på kortast tid och med minst antal steg, städa ett avreserum gick i korthet ut på att börja med att ta bort allt sänglinne, handdukar och sopor, se till att alla spår av den föregående gästen var kliniskt borttrollade för att därefter fylla på med nytt och se till att slutfinishen med morgonrocken på sängen höll måttet. Innan städpersonalen stängde dörren lät de blicken löpa över rummet för att säkerställa att inget glömts bort och att gästen skulle mötas av ett rum som i alla fall vid en första anblick verkade rent, fräscht och levde upp till den standard som utlovats. Arbetet med att städa stannarum innebar både andra uppgifter och mer av förhandlande om exakt vad som skulle göras och vad som skulle lämnas orört. Helt enkelt ett ständigt beslutsfattande rörande små detaljer. I dessa rum handlade det inte om att trolla bort alla spår av tidigare gäster som passerat revy, utan om en balansgång mellan att visa gästen integritet och att rummet just nu var dennes privata sfär, och samtidigt visa på gott värdskap och tillgodose gästens önskemål om ett ny-

städat rum. Därav dessa överväganden om detaljer: Hur göra med den sista tuggan på en ostfralla som låg kvar på skrivbordet? Kasta eller låta ligga kvar helt orörd? Hur göra när gästen lämnat kvar en hög med växelpengar mitt på den obäddade sängen? Flytta undan pengarna för att kunna sträcka lakan och lägga på sängöverkastet? Eller låta sängen vara obäddad? Kanske ändå se till att sträcka underlakanet och vika ihop täcket så det täckte halva sängen? Om morgonrocken ligger lite slarvigt slängd över toalettstolen – lägger man tillbaka den på sängen inne i gästrummet där den låg från början, eller hänger man upp den på en krok i badrummet? Att städa stannarum innebar ständiga överväganden i all hast som skulle visa på gott värdskap såväl som känsla för gästens integritet. Ledstjärnan att följa var att röra vid gästernas tillhörigheter så lite som möjligt men samtidigt städa undan så mycket smuts och kroppsavlagringar som bara gick. Tandkrämsstänk på badrumsspegeln och hår i handfatet skulle definitivt tas bort. Något man aldrig fick missa var att efter avklarad badrumsstädning dra ut en bit av toalettpappret och vika in ändarna mot mitten så att det bildade en trekant, fästa det så att det var väl synligt och inte kunde vecklas ut. Ett distinkt men ändå inte iögonfallande sätt att kommunicera att toaletten var städad och ren.

En annan aspekt av att städa stannarum som städpersonalen försökte att undvika in i det längsta, var att hantera gäster som stannade kvar på rummet. Då var frågan när man skulle välja att knacka på och fråga om och när de ville ha städat? Om de bad en återkomma lite senare för att de inte ville bli störda, men fortsättningsvis var kvar på rummet, när skulle man då knacka på en andra gång? En gästs närvaro skapade också andra begränsningar. Om gästen bad om att få städat medan de fortfarande var kvar på rummet skulle man inte bara visa gästen och gästens tillhörigheter hänsyn, man skulle också genomföra sina arbetsuppgifter medan gästen såg på och kanske kom med kommentarer. Gästernas närvaro skapade en känsla av att vara övervakad, men också en medvetenhet om den egna kroppen och hur arbetet tvingade en till att luta sig framåt över sängen för att sträcka lakanen, och ned över badkaret för att komma åt att torka av. Dessa arbetsställningar och det faktum att de var klädda i korta städförkläden och tunna nylonstrumpor kunde ibland få städpersonalen att känna sig utsatta. Men det var inte enbart deras egen utsatthet som fick dem att bara genomföra de absolut mest nödvändiga arbetsuppgifterna i dessa

rum. Att städa i en så omedelbar närhet till gästen gjorde det också uppenbart hur ”god service” innebar hårt, fysiskt, och kroppsligt arbete. Illusionen om en abstrakt tjänsteande som svepte genom korridorerna gick inte att upprätthålla utan riskerade att krackelera framför gästens ögon. Om servicearbetet i fronten handlar om att serva gästen enligt mantrat ”gästen har alltid rätt” och att jobbet där kräver ett stort mått av emotionellt känsloarbete för att skapa denna känsla av närvaro och vilja till att bygga en personlig relation med gästen, så handlar servicearbetet som genomförs av personalen i housekeeping om att bemästra konsten att inför gästerna upprätthålla illusionen om en visserligen lika ständigt närvarande, men dock betydligt mer abstrakt tjänsteande. Alla gäster vet att det inte handlar om en ande som sveper genom korridoren, men därifrån till se och höra allt för mycket av servicearbetets fysiska och kroppliga dimensioner är något annat och illusionen riskerar att gå sönder.

HUSFRUNS STRATEGI FÖR ATT LEDA DET DAGLIGA ARBETET I: ATT STYRA MED KVOTER

På Hotell 4 Stjärnor började varje arbetspass för personalen i städet på liknande sätt. Man mötte upp i personalrummet för ett kortare planeringsmöte tillsammans med husfrun som informerade om det som skulle hända på hotellet under dagen, och om det var inplanerat några aktiviteter som stora konferenser och fester som också innebar restriktioner för när rum kunde städas och korridorer dammsugas för att undvika att störa gästerna. I slutet av dessa möten delade husfrun ut dagens städlistor och gav instruktioner om det var något som behövde åtgärdas på ett gästrum innan det var dags för incheckning. Så fort städlistorna var utdelade och mötet avslutat räknade var och en samman hur många rum de hade på sin lista, det vill säga hur många rum de skulle städa den dagen, och jämförde sedan sinsemellan. Det var viktigt att alla uppfattade det som att arbetsfördelningen var rättvis. Husfruns sätt att på det här sättet fördela arbetet med hjälp av kvoter för hur många rum som varje städare skulle hinna med under sitt arbetspass är en metod som använts sedan länge. Det innebär inte en detaljstyrning av hur arbetet ska planeras och organiseras men sätter tydliga ramar för inom vilken tid arbetet ska genomföras. De mer rutinerade i personalen visste exakt hur många minuter det normalt brukade ta att städa ett rum och genom att snabbt räkna ihop och se fördelningen av

avrese- respektive stannarum kunde de göra ett överslag på hur många avreserum som måste bli klara innan lunchpausen och om det redan från början skulle bli en stressig dag för att hinna med allt som de förväntades göra.

Förutom att vara styrda av dagens rumskvot så fanns det ett antal arbetsuppgifter som bestämt skulle genomföras på varje rum. På ett avreserum skulle sänglinnen bytas och sängen bäddas enligt en viss standard, handdukar bytas ut och hängas upp på handdukstorken, speglar putsas, möbler som skrivbord och bord dammas, golvet våttorkas eller dammsugas, sopor bäras ut och rummet vädras och så vidare. Till sist skulle en vit morgonrock placeras längst ner på sängen och innehållet i minibaren ses över och eventuellt fyllas på. Förutom att arbetsuppgifterna var tydligt specificerade, så fanns det också angivet exakt vad som ska finnas på rummet; till exempel sju galgar som skulle hänga i garderoben, två kuddar i sängen samt en extra på översta hyllan i garderoben, ett givet antal handdukar på toaletten, dricksglas på bordet med mera. Var det ett VIP-rum skulle det utöver det som var standard finnas flaskor med mineralvatten, lyxigare produkter i badrummet och i vissa fall ett fruktfat på bordet. Så standarden för hur ett nystädat rum skulle ta sig ut för att välkomna gästen var både specifik och detaljerad. Men däremot fanns det mycket få formaliserade processer eller skriftliga arbetsbeskrivningar för hur själva arbetet skulle utföras eller organiseras enligt givna rutiner. Det fanns kortfattade skriftliga arbetsbeskrivningar och nedtecknade listor över var arbetsutrustning förvarandes, men dessa användes inte i det dagliga arbetet förutom i något enstaka fall då någon i personalgruppen kom ny till hotellet. Utbildning av ny personal var informell och innebar att all nyrekryterad personal inledningsvis gick bredvid en mer senior kollega för att se och lära. Under en period arbetade de sida vid sida varefter nykomlingen gavs allt större ansvar och förtroende att utföra fler och fler arbetsuppgifter på egen hand tills han eller hon ansågs redo att arbeta helt på egen hand. Arbetsmetoder per se var sällan något som diskuterades under några längre stunder, även om man ibland utbytte tips om hur man kunde snabba på arbetet genom att ta vissa genvägar. I praktiken innebar det att personalens sätt att organisera upp arbetet varierade en del sinsemellan. Några började alltid med att städa badrummet medan andra valde att börja med gästrummet. Några valde oftare att våttorka golven medan andra föredrog att dammsuga om det gick. Husfrun var väl medveten om dessa

variationer liksom att varje städare hade sin egen stil där någon på ett lite kaosartat sätt verkade vara överallt på samma gång, medan andra jobbade lugnt och metodiskt. Men hon hade förtroende för att alla i personalgruppen fick arbetet gjort till den standard som hon hade satt upp, och ansåg inte att det fanns behov av en högre grad av rutinisering av själva arbetsprocessen. Husfrun ägnade inte heller någon längre tid åt att övervaka varken arbetsprocessen eller slutresultatet av städpersonalens arbete. Hon rörde sig visserligen ständigt runt i hotellet och kunde när som helst komma förbi och fråga hur det gick och om allt hanns med, men majoriteten av tiden utförde städpersonalen sina sysslor helt på egen hand utan närvaro av varken husfrun eller andra arbetskollegor. Det fanns inte heller någon anledning att använda mer av arbetstiden till att formellt kontrollera rummen. Städpersonalen var fullt medvetna om att deras arbete i praktiken sällan kontrollerades av husfrun, men på varje städat rum skulle en gäst checka in, och skulle gästen inte vara nöjd med hur handfatet var avtorkat och sängen bäddad så skulle det säkerligen komma klagomål. Någon av receptionisterna skulle ringa upp och ”ge dem backning” för att de missat något eller varit slarviga och det ansågs mycket värre än att få en kommentar från husfrun att man hoppat över ett moment. Så även på detta sätt utövade gästerna inflytande över städpersonalen för i samtalet med receptionisterna fanns det sällan några giltiga förklaringar för varför ett rum inte var städat till en gästs belåtenhet.

HUSFRUNS STRATEGI FÖR ATT LEDA DET DAGLIGA ARBETET II: ATT STYRA MED STANDARDISERADE KONCEPT

Men inom en av landets största hotellkedjor, Scandic, valde man nyligen att inte enbart förlita sig på den beprövade strategin med rumskvoter för att fördela och organisera det dagliga servicearbetet för städpersonalen. Här har man som tillägg till kvotsystemet också valt att implementera ett standardiserat städkoncept. Under senhösten 2013 lanserade de ett helt nytt koncept som berörde städningen av hotellens stannarum. I korthet gick de nya rutinerna ut på att antalet städmoment skulle minskas ner från ca femton till fem moment. I stannarummen skulle personalen enbart ventilera rummet, bädda sängen, hänga gardinerna, spola toaletten och torka av handfaten. Den avsatta städtiden sänktes också drastiskt med det nya konceptet till fem minuter per gäst,

där en säng beräknades ta 45 sekunder att bädda. Det ledningen ville uppnå genom att på detta sätt lansera ett sammanhållet koncept som under en relativt kort period implementerades på nästan samtliga av kedjans hotell, var att skapa en likriktad standard som skulle skapa en tydlighet gentemot både gäster och anställda. Samtidigt skalades städmoment bort, så som våttorkning av golv som man ansåg att gästerna ändå inte efterfrågade, varigenom hela städprocessen kunde kostnadseffektiviseras (www.hotellrevyn.se/nya-stadrutiner-pa-scandic-uppror). Lanseringen av det nya städkonceptet kan ses som ett initiativ till att tydligare kunna kommunicera till gästerna vad servicen 'att få sitt gästrum städat' innehöll för olika moment, och på så sätt skapa rätt förväntningar på vad som erbjöds. Samtidigt innebar det ett försök att standardisera och skapa tydliga rutiner kring själva arbetsprocessen. I och med att konceptet så i detalj beskrev exakt vilka arbetsmomenten som skulle utföras och samtidigt uppgav ett mycket snävt tilltaget riktmärke på fem minuter per gäst som den maximala städtiden, gavs mycket små marginaler för städpersonalen att kunna ta hänsyn till hur gästerna i skiftande grad hade smutsat ner och stökat till på rummet. Vad modellen gör är att till en början bryta ner arbetsprocessen till en nästintill partikulär nivå, som kunde fungera om det som beskrevs var metoder för hur man på bäst sätt utrustade sin städvagn med rätt attiraljer. Vad som därefter sker är att gästen förminskas till en abstrakt tankefigur om "normal gästen" som anländer till hotellet utan varken kropp och tillhörigheter, få önskemål och med minimalt inflytande. Konceptet kan ses grundat i en managementfilosofi som främst ser till servicearbetets höga materiella innehåll där arbetet med att bädda en gästsäng likställs med varuproduktionen vid det löpande bandet, varför det också utan problem kan rutiniseras, standardiseras och räknas på. Att samtidigt som man diskuterar det nya konceptet också argumentera för vikten av kundorientering blir svårt och krystat. Den sociala relation som framträder med den nya strategin är inte främst den mellan hotellet och dess gäster utan snarare den mellan arbetarna och dess arbetsgivare.

ATT STÄDA STANNARUM, EFTER STANNARUM, EFTER STANNARUM: ATT ARBETA EFTER SITT EGET LÖPANDE BAND

Reaktionerna på införandet av de nya städrutinerna lät inte vänta på sig. Under hösten och våren 2013/2014 skrev *Hotellrevyn* vid flera tillfällen om ser-

vicearbetarnas arbetsvillkor på Scandichotellen, främst om berörda hotell i Göteborgsområdet där konceptet infördes allra först. Vad som framkom var hur husfruarna vid några av hotellen hade valt att fördela arbetet så att en del städare under ett arbetspass nästan enbart fick städa stannarum. Samtidigt utgick man från en stipulerad städtakt där det avsattes fem minuter per gästrum oavsett hur många gäster som bott på rummet. Det fackliga arbetsmiljöombudet på ett av hotellen beskrev situationen som krisartad, och berättade hur städpersonalen grät när de fick ut sina städlistor som innehöll 50-60 gästrum, ibland ännu fler. För att hinna med sina beting valde en del att både hoppa över sina raster och att gå tillbaka och städa klart de sista rummen på listan efter det att man stämplat ut för dagen. Situationen blev ohållbar och arbetsmiljöverket kopplades in (www.hotellrevyn.se/nya-stadrutiner-pa-scandic-uppror). Det som beskrivs är ett service- och städkoncept som verkar ha gått totalt amok. Anledningen är brister i kommunikationen mellan den centrala managementstab som arbetat fram konceptet och ansvariga ute på de enskilda hotellen, samtidigt som enskilda husfruar har sett organisatoriska fördelar med en arbetsfördelning där några i personalstyrkan enbart städar stannarum enligt de nya rutinerna (www.hotellrevyn.se/scandic-ser-over-stadtakten). Men kanske än viktigare är ledningen som i sitt arbete med att jaga kostnadseffektiviseringar och öka vinstmarginalen till gagn för aktieägarna, verkar ha ägnat alltför lite tid till att reflektera över det problematiska i att så i detalj standardisera detta servicearbete som så uppenbart och i så hög grad influeras av gästerna och deras behov. Deras förståelse för hur värden samproduceras tillsammans med gästen verkar vara något som främst tillskrivs de interaktiva servicemötena i fronten, medan den värdeskapande processen som sker i resten av servicelandskapet av ledningen verkar anses följa en mer traditionell varulogik.

Om gästerna inte gavs så mycket utrymme i managementstrategierna ovan så var de desto mer närvarande i städpersonalens kommentarer om hur deras arbetsdag fortlöpte. När det var dags för lunchpaus eller när helst städarna träffade på varandra under sitt arbetspass, kommenterade de hur det såg ut på gästrummen där de städat. På ett rum hade gästen stökat ner alldeles förskräckligt och slängt sina tillhörigheter över hela sängen vilket gjort det helt omöjligt att bädda. Och tänk nu om gästen blev sur för att man inte hade kunnat göra

vad man skulle! En annan gäst, en affärsresenär, hade lämnat rummet och det märktes knappt att han varit där. ”Det gick så fort att städa att jag hann med ytterligare ett stannarum nu innan lunch” (Ur fältdagbok, 2004-05-15, Hotell 4 Stjärnor). Dessa kommentarer fälls innan en tredje städerska med en suck berättar om hur hon på ett rum där det bott ett gäng tonåringar mötts av mängder av popcorn på golvet och en spya på badrummet. ”Det tog ju en evighet att bli klar och nu känns det knappt som att jag hinner med att äta. Men jag har mest stannarum kvar så kanske…” (Ur fältdagbok, 2004-05-15, Hotell 4 Stjärnor). Oavsett vilken managementstrategi som tillämpades, kvotsystem med mycket få formella arbetsbeskrivningar eller det detaljerade och till orimlighet partikulariserade konceptet, så beskriver städpersonalen hur de arbetar som om de hade ett eget löpande band i framloben som guidade dem genom dagens alla arbetsuppgifter. Som en form av mental att-göra-lista som de använder både för att checka av med sig själva om de är i fas med dagens uppgifter, men också för att i tanken ligga något steg före för att inte för sent komma på något som borde gjorts redan tidigare under dagen. Det handlar inte bara om hur man väljer att organisera arbetet med att städa de enskilda gästrummen, utan lika mycket om att planera in de arbetsmoment som ligger som ”extra” uppgifter vid sidan om, som att hämta toalettpapper från garaget, fylla på linneförrådet, eller planera in arbetspasset i tvättstugan där det ska vikas morgonrockar. Det handlar inte så mycket om högtflygande strategier som om en grundad förståelse för vad som utgör ett hållbart arbetstempo och perfekt timing för var och när arbetet bäst utförs för att därigenom möta upp både gästernas behov och önskningar såväl som ledningens krav på städtakt och uppfyllda rumskvoter.

För att här slutligen helt kort återkoppla till de argument som varit utgångspunkten för den här essän, så låter dessa servicearbetares berättelser oss förstå hur gästerna inte bara har inflytande över servicearbetet ”i fronten” utan de har även ett påtagligt inflytande över det servicearbete som sker på andra platser i servicelandskapet där gäster och arbetare finns i varandras närhet. Det är inte heller den direkta, sociala interaktionen som är avgörande för gästernas inflytande, utan gästerna påverkar enbart genom sin närvaro servicearbetets organisering. Utifrån detta blir en alltför rigid uppdelning och dikotomisering mellan interaktivt och icke-interaktivt servicearbete delvis missvisande, och vi

riskerar att med en sådan uppdelning också förbise hur kunderna utövar sitt inflytande över en hel rad av olika former av servicearbete och arbetsprocesser inom en tjänsteverksamhet.

FÖRFATTARPRESENTATION

Veronica Åberg är verksam som doktorand och studievägledare vid Institutionen för service management och tjänstevetenskap vid Lunds universitet. I hennes avhandlingsprojekt undersöker hon hotellens servicelandskap som platser för välkomnande gästfrihet och avhandlingen kan kort beskrivas som en rumslig analys av dagens urbana värdskap, samt dess förutsättningar och konsekvenser. På ett annat plan är studien en skildring av det ofta bortglömda servicearbete som utförs på dessa platser. Hon har i andra sammanhang skrivit om upplevelseekonomin, platsmarknadsföring och relationella rumsligheter bland annat i ”Intensiva möten och små event – På SHIE med Gilles Deleuze och Félix Guattari” (2007), i Ek, Rickard & Hultman, Johan (red.), *Plats som produkt. Kommersialisering och paketering*. Lund: Studentlitteratur.

REFERENSER

Andersson Cederholm, Erika, Jacobsson, Katarina, Läppenen, Vesa, Säwe, Filippa & Åkerström, Malin. (2014). *Servicemötets gnissel och skav*. Malmö: Gleerups.

Bélanger, Jacques & Edwards, Paul. (2013). The nature of front-line service work: distinctive features and continuity in the employment relationship. *Work, employment and society,* 27(3), 433-450.

Corvellec, Hervé & Lindqvist, Hans (red.). (2005). *Servicemötet. Multidisciplinära öppningar*. Malmö: Liber.

Crang, Phil. (1994). It’s showtime: on the workplace geographies of display in a restaurant in southeast England. *Environment and Planning D: Society and Space,* 12(6), 675-704.

Eksell, Jörgen. (2013). *Värdeskapande gästfrihet. Hur gästfrihet som värde ramas in, etableras och förhandlas i hotellbranschen*. Lund: Lunds Universitet.

Goffman, Erving. (1959). T*he Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Double Day.

Grönroos, Christian. (2008). *Service management och marknadsföring. Kundorienterat ledarskap i servicekonkurrensen*. Malmö: Liber.

Hochschild, Arlie Russel. (1983). *The Managed Heart. The commercialization of human feeling*. California: University of California Press.

Korczynski, Marek. (2013). The customer in the sociology of work. Different ways of going beyond the management-worker dyad. *Work, employment and society,* 27(6), NP1-NP7, e-special issue.

Korzynski, Marek. (2009). The mystery customer: continuing absences in the sociology of service work. *Sociology,* 43(5), 952-967.

Korzynski, Marek & Macdonald, Cameron L. (Red.). (2009). *Service work. Critical Perspectives*. New York/London: Routledge.

Lopez, Steven Henry. (2010). Workers, Managers and Customers: Triangles of Power in Work Communities. *Work and Occupations,* 37(3), 251-271.

Dyer, Sahra, McDowell, Linda & Batnitzky, Adina. (2010). The Impact of Migration on the Gendering of Service Work: The Case of a West London Hotel. *Gender, Work and Organization,*17(6), 635-657.

Mulinari, Paula. (2007). *Maktens fantasier och servicearbetets praktik – arbetsvillkor inom hotell- och restaurangbranschen i Malmö*. Linköping: Linköpings universitet.

Norman, Richard. (1983). *Service management. Ledning och strategi i tjänsteproduktion*. Malmö: Liber.

Petersson, Magdalena. (2003). *Identitetsföreställningar. Performance, normativitet och makt ombord på SAS och Air Holiday*. Göteborg: Mara förlag.

Sherman, Rachel. (2007). *Class Acts. Service and Inequality in Luxury Hotels.* Berkeley: California University Press.

Sherman, Rachel. (2011). Beyond interaction. Customar influence on housekeeping and room service work in hotels. *Work, employment and society,* 25(1),19-33.

Svingstedt, Anette. (2012). S*ervicemötets praktik på en tingsrätt, ett äldreboende och ett hotell*. Lund: Lunds universitet.

Vargo, Stephen & Lusch, Robert F. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing,* 68(1),1-17.

Warhurst, Chris & Nickson, Dennis. (2009). "Who's got the Look? Emotional, Aestetic and Sexualized Labour in Interactive Services. *Gender, Work and Organization,* 16(3), 385-404.

KÄLLMATERIAL

www.hotellrevyn.se/nya-stadrutiner-pa-scandic-uppror (läst 2014-10-16)

www.hotellrevyn.se/scandic-ser-over-stadtakten (läst 2014-10-16)

www.hotellrevyn.se/det-har-gatt-snett (läst 2014-10-16)

www.hotellrevyn.se/inga-atgarder-motscandic-europa (läst 2014-10-16)

Servicearbetet i tid och rum. Om mobilitetens vara och icke vara i livsstilsentreprenörers vardag

MALIN ZILLINGER

När jag för många år sedan flyttade till Östersund för att påbörja mina forskarstudier tyckte jag först att avståndet mellan mig och mina nära och kära som bodde i södra Sverige var förfärligt långt. Mycket var nytt och det krävdes en lång startsträcka för att vänja sig vid att bo så långt norrut, så långt från urbaniserade områden, så nära polcirkeln. Det här var verkligen en plats på marginalen för mig, och detta perspektiv var ännu tydligare med tanke på att jag flyttade till Östersund från en storstad i Tyskland. Under denna första tid kändes det tryggt att flygplatsen, med flera dagliga avgångar till Stockholm, låg så nära. Jag kunde, om jag ville, resa söderut närhelst jag kände för det. Denna känsla av frihet var viktig, och eftersom jag rent principiellt hade möjligheten att resa närsomhelst, hade jag ro att stanna kvar. Det var en obundenhet som jag endast sällan tog i anspråk, men som gjorde att jag var tämligen nöjd där jag var – utan att behöva resa. Att flytta till Östersund innebar en oerhörd frihet för mig. Tänk vilken ynnest att få välja ett yrke och en plats att bo utan att behöva fråga någon (en myndighet, eller också en partner) om lov!

Man kan fundera över det här med mobilitet. Hur upplevde jag flytten, min egen migration som var internationell i sin definition, eftersom jag flyttade mellan två länder? Jag var nyfiken på och exalterad över denna nya plats som skulle bli min, men också rädd och ängslig. Detta har fått mig att tänka på hur vi egentligen ser på människor som är mobila för och inom sitt arbete. Vilka värden förknippas med rörlighet? Vi ser individer som reser till platser för att samtala med andra; som reser från stad till stad för att utföra olika typer av specialiserade uppdrag; som tar med sig resultat från sitt arbete på en plats för

att visa upp dessa för människor i andra sammanhang (Adey 2006). Många av dessa individer använder sig av snabba transportmedel som ofta är påfallande bekväma: resenärer som har vistats i 1:a klass på tåget, eller som har flugit i business class, vittnar om att färden sällan varit alltför tärande.

Många reser för att de vill, andra för att de måste. Sedan finns det yrkesgrupper där man är mer eller mindre bunden till att befinna sig på en särskild plats. Så kan det till exempel vara för jordbrukare eller för företagare inom turismnäringen. En grupp som verkar resa mindre än andra är livsstilsentreprenörer. Sammantaget kan man säga att denna grupp av entreprenörer kännetecknas av att livskvalitet utgör en viktig drivkraft för företagandet. Medan den ekonomiska tillväxten i företaget är mindre viktigt, är samspelet mellan dem och konsumenten ofta av desto större betydelse. Interaktionen sker inte sällan i det egna hemmet eller i nära anknytning därtill. Många livsstilentreprenörer har byggt upp en verksamhet som är bunden till en specifik plats, exempelvis de som driver en turismrelaterad verksamhet där destinationen i sig spelar en viktig roll. Frågan är vad det gör med en människa om hen är så pass bunden till en plats att spontana resor blir svåra att genomföra. Blir hen rastlös? Eller än mer rotad?

Livsstilsentreprenörerna bor och arbetar inte sällan på samma plats och behöver på så sätt inte ens pendla till sin arbetsplats, så som många andra. Att resa när man är bunden till en viss plats är inte lätt; företaget ska ju rulla vidare. En viktig poäng är dock att livsstilsföretagarna frivilligt och mycket medvetet har gjort sitt val med att starta ett eget företag (Ateljevic & Doorne 2000, Andersson Cederholm & Sjöholm 2014). Denna frivillighet kan således påverka inställningen till möjligheten – eller just icke-möjligheten – att resa.

Under den senaste tiden har jag deltagit i ett forskningsprojekt med titeln *Hästgården – mellan familjeprojekt och livsstilsföretag* som finansierades av Stiftelsen hästforskning. Syftet med projektet har varit att studera marginalerna mellan det som startas som privat hobby- och familjeprojekt, och ett livsstilsföretag som även ekonomiskt ska försörja individen bakom. I studien ingår gårdar som drivs med olika former av hästrelaterade aktiviteter, men också gårdar som främst kan definieras som bed & breakfast-verksamhet, men där hästar i en eller annan form ingår i företaget.

Det är hästföretagarnas bundenhet till bo- och arbetsplatsen som, tillsammans med tankar om den egna mobiliteten, väckte vårt intresse att bygga vidare på dessa teman både i intervjuerna och i den anslutande analysen. Det är detta samband jag vill studera på ett djupare plan i den här essän, då det visade sig att rörlighet spelar en stor roll för respondenternas syn på sitt arbete och sin arbetsplats. Är det den faktiska resan som spelar roll, eller finns det något som kan ersätta denna, exempelvis möjligheten att resa, även om man till syvende och sist inte gör det? Dessa tankar knyter an till det som kallas för potentiell mobilitet i litteraturen (Kaufmann m fl 2004).

Om vi ser bortom arbetslivets ramar finns det människor som reser till andra platser för att semestra och uppleva vad som uppfattas som exotiska äventyr. Många reser också för att samla platser och berättelser. Att känna till olika platser i världen innebär ett socialt kapital för resenärerna (Johannesson m fl 2003): det har status att ha lärt känna världens olika hörn. Inom mobilitetsforskningen använder man begreppet mobilt kapital (Kaufmann m fl 2004). Ökad mobilitet leder ofta till ett ökat värde, exempelvis i form av status eller makt, för resenären. En hög grad av mobilitet är alltså förknippad med socialt anseende och prestige, precis som en full plånbok en gång var och delvis fortfarande är. En van resenär beundras ofta av andra. Så här är det ofta, men så behöver det inte alltid vara. De som har funderat över arbetsmigration och flykt vet att mobilitet också kan vara negativt betingat. För en människa som flyr sitt land är mobilitet sällan en händelse som för något gott med sig. En individ som är tvungen att migrera för att få ett drägligt liv och ett avlönat arbete ger upp personliga relationer till människor och platser när de flyttar, dels under en kortare period, dels under en längre tid. Jag vill ha detta sagt, även om jag i den här essän koncentrerar mig på den positiva sidan av mobilt kapital när jag diskuterar hur vi ser på mobilitet i samband med arbete.

Jag har hittills presenterat exempel som flyg- och tågresor och människor som reser mellan städer och länder för att träffa andra personer i sitt arbete. Det är ingen slump att det har blivit så. Tankar om mobilitet leder ofta till rörelser i stora banor. Det finns gott om statistik som visar på ökningen av nationella och internationella ankomster i ett land och vi vet en del om hur människor rör sig mellan olika städer (se exempelvis Hall m fl 2009). Forskningen har

under lång tid haft ett makroperspektiv på människors rörlighet; det är kanske inte så konstigt, för det är det man lättast kan mäta. Att vår kunskap om mobilitet främst är grundad i ett makroperspektiv har alltså metodologiska orsaker. Att mäta hur många människor kliver ur ett flygplan, eller passerar en nationsgräns, låter sig göras ganska enkelt (och är därtill ofta politiskt betingat). Att mäta en människas mobilitet på mikronivå, exempelvis inom en stad eller på ett avgränsat evenemang, har hittills inte varit lika lätt. Dock bäddar aktuella undersökningar för mer kunskap inom detta område (McKercher m fl 2012, Zakrisson & Zillinger 2012).

Men om man bryter ner den stora mobiliteten, hur rörliga är egentligen individerna på sina resor? Tänk på affärsresenären som står i kö för att gå igenom säkerhetskontrollen; sitter på sin bokade plats medan tåget rullar fram; sitter och lyssnar på en annan persons presentation, och så vidare. Det är inte alltid individerna som står för mobiliteten, utan i själva verket är det transportmedlet som är rörligt, medan resenären förblir orörlig på en oftast tilldelad plats. En annan typ av rörlighet, eller icke-rörlighet, gäller för vissa yrkesgrupper: receptionisten på ett hotell förväntas till exempel stå bakom disken och ta emot dem som kommer dit. En trafikskolelärare skjutsas genom hela staden utan att röra på sig. Gränspolisen sitter i sin hytt och kontrollerar dem som strömmar igenom passkontrollen. På så vis möjliggör hen andra individers mobilitet.

Andra yrkesgrupper förknippas inte med mobilitet, men är väldigt rörliga på mikronivå: sjukvårdspersonalen rör sig dagligen mellan olika patienter och avdelningar inom sjukhuset; butiksbiträdet går från den ena kunden till den andra med klädesplagg i handen, utan att någonsin lämna sin arbetsplats. Jordbrukaren har sällan möjlighet att resa iväg på grund av dagliga förpliktelser på den egna gården, men är oerhört aktiva när de arbetar på åkern, i stallet eller däremellan. Men dessa yrkesgrupper glöms ofta bort i litteraturen. Måhända anses det mindre viktigt; måhända har man länge saknat möjligheter för att mäta rörligheten här. Men för den skull är frågan inte mindre intressant.

I samtalen framgick det att nästintill alla livsstilsentreprenörer som vi pratade med såg ett värde i sin egen mobilitet. Intervjupersonerna tog upp detta utan att vi från början gick in på det; frågor om mobilitet fanns till en början inte

med i våra frågelistor. Men efter att allt fler började prata om detta insåg vi vikten av mobilitet både för individerna ifråga, och även som analysmotiv i vår egen forskning. Vi lade därför till frågor i intervjun som handlade specifikt om personernas rörlighet och motiv för denna. Detta ledde till att vi fick mer detaljerade svar som rörde mobilitetstemat hos de senare intervjupersoner som vi pratade med. Under loppet av tre år genomfördes 19 intervjuer med hästföretagare i Skåne – Sveriges mest hästtäta län. Bland dessa intervjupersoner återfinns såväl personer som är födda och uppvuxna på gården där de bor nu, som människor som har bott på andra delar i landet och i världen och som i vuxen ålder har köpt gården och startat upp verksamheten. Intervjuerna fördes ibland vid respondenternas köksbord eller i vardagsrummet, ibland fick vi också tillfälle att följa med individerna ut på gården – en rundtur som i sig inspirerade till nya frågor och en bättre förmåga hos oss forskare att förstå intervjupersonernas berättelser om platsen.

Intervjuerna var öppna och frågorna bjöd in till längre svar. De handlade till stor del om gränssnittet mellan livsstilsföretagande och familjeprojekt på gården som ju är deras arbetsplats, om olika typer av värde som intervjupersonerna uppfattade, och om hur detta återspeglades i deras vardag. Mobilitet kom in som två tydliga motiv: Å ena sidan förklarades respondenternas val av plats, där de idag lever och arbetar, med deras tidigare liv. Flera av individerna som vi pratade med vittnar om ett kosmopolitiskt liv i storstaden, där de hade mycket av allt: vänner och bekanta, arbetsbörda, resor inom jobbet och på fritiden; det fanns mycket av detta och livet som respondenterna levde var intensivt. Det var när de kände att de hade fått nog av detta och att de ville leva ett lugnare liv som de också bestämde sig för att flytta ut på landet: till det till synes lugna livet på en fridfull gård, där man själv lär ha större makt att bestämma över sin vardag. Här finns en direkt koppling mellan den mobilitet som representerar en tidigare livsfas och val av boendeort och arbetsplats där de befinner sig idag.

Å andra sidan spelar relationen till platsen där livsstilsentreprenörerna bor och arbetar en stor roll för dess mobilitet. För att kunna utöva sitt arbete med hästar, bed & breakfast och gäster måste de kombinera många arbeten som utförs på olika ställen på gården. Det handlar också om en kombination av arbete och fri-

tid, en gräns som jag skulle vilja kalla för porös, då det inte alltid är så tydligt vad som tillhör vilken kategori. Här finns alltså liminala aspekter med i bilden, vilka blir ännu tydligare med tanke på den geografiska närhet i vilken de utspelar sig. Denna liminala karaktär som finns inbäddad i livsstilsentreprenörernas liv och arbete har även lyfts fram av Andersson Cederholm (2014), där författaren konstaterar att liminalitet är ett viktigt analytiskt begrepp för att förstå denna situationsspecifika kontext. Respondenterna bor och arbetar på samma gård. Vissa av arbetsuppgifterna är tydligt kopplade till särskilda platser på gården och runtomkring: hästarna ryktas i stallet, gästerna bor i de rum som är till just för besökare, ridturerna går längs särskilda leder runt gården och entreprenörerna lagar sin mat i sina privata kök. Men andra aktiviteter är inte lika kategoriska: när exempelvis gästernas barn leker med de egna barnen i den privata delen av huset, när entreprenörerna arbetar med sin bokföring vid köksbordet där de någon timme tidigare har ätit lunch, när tvätten hängs på tork på väg till hästarna som ska utfordras, då är det inte lika lätt att skilja på det privata och det arbetsrelaterade, inte ens geografiskt. Detta visas också i respondenternas mobilitet som binder ihop de olika aktiviteterna på och runtomkring gården. Deras arbetsdag ter sig som en mosaik som de bygger ihop med hjälp av sin mobilitet som tar dem från en plats till en annan, så som följande exempel visar:

En respondent berättar att hon bakar bröd

> fyra gånger per vecka i alla fall under högsäsong. Och så går man ut med det till gästerna och ställer utanför. Och sedan så är det ju våran egen frukost. Och sedan, ja vad händer sedan? Sedan går man ofta ut på gården och pysslar nånting och djur och sånt där. Och så kommer ofta gästerna och så vill de gärna vara med när man kanske matar grisarna eller nånting så då följer de med ner. Barnen brukar ju ofta vara ute rätt tidigt, deras barn, om det är barn. … Sedan om det är gäster som åker så går vi upp och river ut där med lakan och sånt och tvättar, städar av. Tar ut frukost och gör om lägenheterna igen till nästa gäster som ofta kommer på eftermiddagen samma dag. Sedan försöker vi åka iväg någonstans på eftermiddagen och bada eller nånting med våra barn. Om det är fint väder.(Intervju med Amanda som driver bed & breakfastverksamhet tillsammans med sin man)

Det vi kunde se i våra intervjuer var att det finns en hög grad av rörlighet hos våra respondenter för att kunna utföra sitt arbete på gården. De behöver inte resa för att ta sig till sin arbetsplats eftersom de ju bor på densamma, men att de inte pendlar (ett tema som för övrigt är väl omskrivet inom den kulturgeografiska forskningen) betyder inte att graden av mobilitet är låg. Rörlighet på denna mikronivå har dock sällan undersökts. Mikromobilitet har länge osynliggjorts genom att den inte har kunnat studeras lika väl som mobilitet över större ytor. Istället har litteraturen ofta tagit upp fenomenet i regionala eller (inter)nationella termer, vilket är mycket enklare att mäta.

Livsstilsentreprenörernas rörlighet är nära förknippad med arbetsplatsen som tillika är hemmet för dessa människor. Entreprenörerna har valt denna plats som sitt livs mittpunkt och deras tankar, framtidsdrömmar, kroppar och arbetsuppgifter kretsar runt detta centrum. Det finns en stark bundenhet till denna plats som i många fall känns positiv: man förknippar ju många personliga upplevelser och känslor med gården. Men bundenhet kan också vara påfrestande, när man varje dag måste vara där för att mata djuren, ta emot gäster eller för att renovera för framtida behov. Friheten blir på så vis dialektisk: å ena sidan har livsstilsentreprenörerna valt denna plats och i det ligger ett enormt oberoende. Å andra sidan betyder friheten att drömmen om andra frågor, som att åka på semester eller påbörja ett arbete på en annan ort, måste stå tillbaka. Och det är just här som respondenterna visade på betydelsen av att utforma sin vardag så att det finns en latent möjlighet att resa iväg, något som i litteraturen har kallats för potentiell mobilitet (Kaufmann m fl 2004). Det fanns många respondenter som talade om detta i våra intervjuer; för många var det också något som de nämnde tämligen tidigt i våra samtal. För tydlighetens skull ska jag i denna essä koncentrera mig på två intervjupersoner, ett gift par som bedriver bed & breakfast i Skåne, som jag talade med i slutet av empiriinsamlingen.

Paret bor tillsammans med två barn på släktgården som togs över av morföräldrarna för åtta år sedan. De arbetar deltid som anställda i två olika organisationer och har möjligheten att i dessa arbeta mer på vintern och mindre på sommaren när antalet gäster på den egna gården är som störst. Båda två har en stark anknytning till gården och byn. I vårt samtal pratar vi om allt det

som de gemensamt har byggt upp sedan de flyttade in, om vad de vill bevara och hur de kan använda denna familjära plats för att erbjuda sin service till gästerna i form av exempelvis genuina husrum (där en gång de säsongsanställda på gården bodde), en personlig frukost (med frallor bakade på gammalt recept), lokaliseringen i bygden (där man känner de flesta som bor där), och inte minst alla berättelser om hur gården har sett ut, vad djuren heter och vilka framtidsvisioner man har.

Det här är också en plats där servicearbetets förvandlingar är synliga för både gäster och boende. Gården är gammal och den står numera i ett samhälle som ser annorlunda ut från när byggdes. Arbetet på gården handlar inte längre främst om att producera agrara varor utan har anpassats till tidens förändringsprocess. Amanda och Lennart, som vi kan kalla de två vuxna som driver gården, har – kanske utan att vara särskilt medvetna om det – omvandlat platsspecifika traditioner i form av olika produkter till en rad tjänster som erbjuds gästerna. Köttet från lammen som föds på gården må säljas som matprodukt till olika köpare, men det är minst lika viktigt att gästerna kan besöka dem i hagen, klappa dem och mata dem. Lammen förhöjer värdet på gästernas upplevelse och representerar i sin livlighet det ljuva livet på landet. Samma sak gäller vindruvorna som numera odlas på gården och som i framtiden ska förädlas till vin (en produkt) som kan ge upphov till gemensamma vinprovningar i husets ombyggda källare (en tjänst). På så sätt använder paret de tillgångar som finns på gården på ett sätt som är anpassat till den tid och det (tjänste)samhälle de lever i idag.

Amanda och Lennart är stolta över sin gård och det arbete de utför där och tycker om att visa upp platsen för besökarna. När gästerna kommenterar det de ser är det av stort värde för respondenterna, som ser uppskattningen som en slags lön för mödan som de lägger ned. I intervjun med paret berättar Lennart att gästerna för det mesta är

> positiva och vill snacka lite och är glada och sånt, så det… på det sättet är det ju roligt… att folk kommer hit. Och många liksom kommer in på gårdsplanen och ”oh, vad fint det är här och oh, vilket läge” och sånt. Och det är lite roligt att höra!” (Intervju med Lennart)

Hans fru Amanda håller med om detta: Det är

> en väldigt positiv sak att det kommer liksom nya ögon hit för att man själv blir ju lite hemmablind, och liksom man själv ser bara allt som ska eller som måste göras och så kommer det någon som säger liksom: Oh, vad mysigt, vad fint det är!" Och då liksom lyfter man blicken lite och tänker att… "ja, ja, jamen tack!" Så att man blir lite medveten, för att när man traskar runt i det varje dag så tänker man inte på det att det är en liten pärla liksom. (Intervju med Amanda)

För att kunna erbjuda logi för gästerna behöver paret vara på plats på gården vid i förhand bestämda tidpunkter; detta är ett tydligt exempel på vad Hägerstrand (1970) skulle kalla en kopplingsrestriktion. Som gästgivare ansvarar de rent konkret för gästernas tillgång till de olika faciliteterna, och på så sätt också för gästernas trivsel. I förlängningen förvaltar de på detta vis också gårdens arv. Det finns olika strategier för att handskas med den bundenhet som uppstår, och här har Amanda och Lennart valt att skapa en frihet både för sig själva och för gästerna som baseras på tillit.

> [V]i känner oss ju inte bundna till att vara här när gästerna kommer. Utan oftast säger vi det att det kan hända att vi inte är hemma, men ni ska bo där och där och ring oss bara så bara känn er som hemma och knalla på. Så vi känner oss liksom inte så bundna, men det är inte så att man kan resa bort under sommaren direkt. (Intervju med Amanda)

Vad är det alltså som händer här? Respondenterna skapar ett utrymme för sig själva där de kan välja att befinna sig på en annan plats och på så sätt kringgå kopplingsrestriktionen. Det här är ett sätt för dem att kunna vara rörliga trots de åtaganden som finns hemma.

Ett annat sätt att möjliggöra den egna rörligheten är att ha en ersättare för de fall när man själv inte kan eller vill vara hemma. I det här fallet är det Lennarts föräldrar som ibland hoppar in och ser till att djur och gäster har det bra. Det är av stort värde att veta att föräldrarna finns i närheten och dess hjälp tas i anspråk med viss regelbundenhet, men samtidigt vill man inte utnyttja dess

stöd för mycket. Att be om hjälp blir till en förhandlingsfråga paret emellan och man har kommit fram till att föräldrarna inte bör tillfrågas för ofta, under högsäsong när det är särskilt många gäster på gården, och på så kallade bytardagar, när ett rum ska städas ur och bäddas på nytt inom loppet av några timmar.

> Men jag menar föräldrarna börjar ju bli lite till åren också och har eget, har egen gård och sånt, så man vill inte lasta på dem för mycket heller tycker jag. (Intervju med Lennart)

Det är således ett värde i sig att principiellt kunna få hjälp av sina föräldrar; sedan är det viktigt att inte ge eller få känslan av att någon part utnyttjas.

I en vardag där många sysslor ska pusslas ihop, såsom förvärvsarbete, djurskötsel, samtal med gästerna, eller också förberedelsen av de maträtter som intas av familjen över dagen, är tankar om frihet av stor betydelse, och denna frihet kokas mestadels ned till olika former av mobilitet för de enskilda individerna. Närvaron på gården betyder för respondenterna både arbete och fritid. Dessa två företeelser ligger väldigt nära varandra, både till sitt innehåll och till dess lokalisering i tid och rum, eftersom de utspelar sig på ett så begränsat område på egendomarna. Är arbetet med vinstockarna fortfarande en hobby, eller ingår det i den egna ekonomiska verksamheten? Räknas det som fritid eller arbete när djuren utfordras tillsammans med de egna barnen? Här ser vi exempel på servicearbetets förhandlingar när det gäller att definiera vad det egentligen är. Inte heller respondenterna kan (eller vill, för den delen) definiera vilka kategorier de olika arbetsuppgifterna hamnar inom. Med tanke på dess liminala prägel förvånar det inte.

Det är kanske inte heller så konstigt att respondenterna känner ett behov av att resa iväg för att fullständigt kunna slappna av. Hemma på gården är arbetsuppgifterna ständigt inom synhåll. Mobilitet blir därför en upplevd nödvändighet för att kunna vila. Mobilitet är således förutsättningen för respondenternas overksamhet. Amanda uttrycker att

> [ä]ven om man är ledig så blir det aldrig semester och avkoppling när man är hemma. /…/ Jag vill väldigt gärna åka bort, och liksom bara,

> speciellt efter en sommarsäsong. Åka bort, andas ut, ta det lugnt och känna att jag kan inte göra nånting. Alltså allt det där får vänta, för att jag kan liksom inte göra det härifrån där jag är nu. /…/ I och för sig för mig är det avkoppling att vara ute i rabatterna och rensa ogräs och sånt men det blir sällan tid till det. Men ska jag ha riktig semester då vill jag åka ifrån gården. (Intervju med Amanda)

Ett första steg för att få ett sådant andrum är att drömma om en framtida semester, men också att faktiskt veta att man har möjligheten att åka iväg över dagen eller en helg, om man planerar för detta i förväg (exempelvis med hjälp av föräldrarna). Här ser vi friheten i att kunna resa iväg – men att i slutändan inte alltid behöva göra det, precis som jag beskrev ur mitt eget liv i början av essän. Den potentiella mobiliteten inrymmer således ett starkt frihetsvärde, som i fallet med Amanda och Lennart leder till att de fortsätter att vara så belåtna med valet att bo och vara verksamma på släktgården.

Så vad vet vi nu, som vi inte visste innan den här essän var skriven? Det finns många beröringspunkter mellan servicearbete och rörlighet, som kan förankras teoretiskt i så vida former som plats, mobilitet, tjänstearbete och tidsgeografi, för att nämna några. Rörlighet och förtöjdhet hänger nära samman, likaså är arbets- och fritidsaktiviteter nära sammankopplade i vad vi kallar för livsstilsföretag. Möjligheten att kunna resa iväg om man så vill, den potentiella mobiliteten, kan vara en viktig faktor för att skapa lugn och ro på en plats. Att befinna sig på en och samma plats, en gård, en arbetsplats eller en fabriksbyggnad, behöver inte nödvändigtvis betyda att man är orörlig. Samtidigt behöver mobilitet som sker över stora ytor inte betyda att resenärens kropp faktiskt är så rörlig – snarare är det de tekniska transportmedlen omkring kroppen som ser till att kroppen rör sig framåt. Slutligen har essän presenterat olika typer av värden som de undersökta livsstilsentreprenörerna känner i sitt arbete på gården. Det mobila kapitalet – på små eller stora ytor, i potentiell eller faktisk rörlighet – är ett av dem.

FÖRFATTARPRESENTATION

Malin Zillinger är lektor vid Institutionen för service management och tjänstevetenskap vid Lunds universitet. Hon disputerade på avhandlingen *Guided tourism: the role of guidebooks in German behaviour in Sweden* (2007) i kulturgeografi, Umeå universitet, och intresserar sig för turismfrågor som är relaterade till tid och rum. Forskningsfokus har sedan länge legat på olika typer av mobilitet, men även turistinformation, guidade turer och ett mer allmänt perspektiv på turistbeteende har studerats i olika projekt. En av hennes publikationer med relation till mobilitet i tid och rum är ”Event visitors and their experiences in time and space – tracking visitors by means of GPS devices.”, i *Tourism Geographies,* 13(1). Studiet av livsstilsentreprenörer har genomförts tillsammans med Erika Andersson Cederholm och har handlat om entreprenörer i rurala miljöer som balanserar sitt företagande mellan livsstil och ekonomisk verksamhet.

REFERENSER

Adey, P. (2006). If Mobility is Everything Then it is Nothing: Towards a Relational Politics of (Im)Mobilities. *Mobilities* 1(1), 75-94.

Andersson Cederholm, E. (2014). Lifestyle enterprising: The “Ambiguity Work” of Swedish Horse-farmers. *Community, Work & Family,* published online on July 11th.

Andersson Cederholm, E., Sjöholm, C. (2014). Att leva och sälja sin dröm – livsstilsföretagaren mellan familjeliv, marknad och politisk retorik. S*ociologisk Forskning* 50(2), 137-156.

Ateljevic, I., Doorne, I. (2000). “Staying with the Fence”: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 8(5), 378-392.

Hall, C.M., Müller, D.K., & Saarinen, J. (2009). *Nordic Tourism. Issues and Cases.* Bristol, Channel View Publications.

Johannesson, G.T., Skaptadottir, U.D., & Benediktsson, K. (2003). Coping with Social Capital? The Cultural Economy of Tourism in the North. *Sociologia Ruralis* 43(1), 3-16.

Hägerstrand, T. (1970). What about People in Regional Science? Ninth European Congress of the Regional Science Association. *Regional Science Association Papers* 24(1), 6-21.

Kaufmann, V., Bergman, M.M., & Joye, D. (2004). Motility: Mobility as Capital. *International Journal of Urban and Regional Research,* 28(4), 745-756.

McKercher, B., Shoval, N., Ng, E., & Birenboim, A. (2012). Using GPS Data to Compare First-time and Repeat Visitors to Hong Kong. *Tourism Geographies* 14(2), 147-161.

Zakrisson, I., & Zillinger, M. (2012). Emotions in Motion. Tourist Experiences in Time and Space. *Current Issues in Tourism* 15(6), 505-523.

Kustnära yrkesfiske i omvandling. Reflektioner kring en traditionell näring i samtiden

MALIN ANDERSSON

I en tv-reklamfilm får tittaren följa en liten båt med en grupp engelska män som sjunger och fiskar tillsammans. Inledningsvis presenteras en vy över den lilla byn Port Isaac i Cornwall vid den engelska västkusten. När de sjungande männen gått iland med sin fångst fortsätter de i samlad trupp mot den lokala puben. Efter en stunds vila med diverse humoristiska upptåg, traskar de vidare till mer arbete.Ombord på fiskebåten följer en dyster sammankomst ombord på fiskebåten. En fiskare som fallit offer för havets djup åkallas i fiskarnas minnen och symboliseras med en gummistövel som flyter på vattenytan. Så småningom befinner fiskarna sig, under samstämd och nu muntrare sång, i hamnen. De slår sig ned i solen, vid dukade bord bland lekande barn och serverande damer.

Sången som gruppen framför är en så kallad ”sea-shanty”, som arbetare vid kusten traditionellt brukade sjunga i kör för att hålla takten i arbetsuppgifter som krävde en stadig rytm. Med olika stämmor framförs sången om den druckna sjömannen (”drunken sailor”) vars text modifierats i reklamen och istället har fått titeln ”What shall we do with the hungry sailor?”. Även resten av sångtexten har gjorts om: ”… bring back fish with never failure. Been through rain and been through hell, yea. Wish I brought my wellies”. Förutom att sången handlar om fiskets vedermödor innehåller den passager av modernt snitt. En av fiskarna både sjunger och visar att han är så förtjust i produkten de gör reklam för att han sparat företagets logotype på sin mobiltelefons ”screen-saver”.

Gruppen sjunger också om vikten av att laga mat snabbt, så att man får tid över till annat, samt att varje man bör komma ihåg att ”exfoliate”, det vill säga att skrubba sin hud mjuk med sand, varhelst sand går att finna.

De tio körsjungande kustarbetarna arbetar i ett gammalt fiskesamhälle som också är en sommarort för lediga engelsmän. Port Isaac porträtteras i filmen som en turistdestination med vackra naturvyer, som lockar med potentiella naturupplevelser och filmen förmedlar både platsens småskaliga gemytlighet och den livaktiga traditionella näringen, med männens pojkaktiga upptåg och gästfria gemenskap med byborna i hamnen. Det är så företaget, reklamens avsändare, väljer att förstärka attraktionsvärdet för sin produkt, som presenteras först i slutet av filmen. När en av männen sjunger sångens allra sista ord, företagets namn, med sin exceptionellt djupa basstämma, så plockar han samtidigt upp produkten i bild och visar tittaren pappkartongen med fryst panerad torsk (www.youtube.com/watch?v=JgzLgkoDtgE).

Filmen illustrerar vad som utforskas i mitt avhandlingsarbete ”Kustnära yrkesfiske i omvandling”, nämligen hur det kustnära yrkesfisket förväntas navigera i den samtida tjänsteinriktade ekonomin. I avhandlingen ställer jag frågan hur en traditionell näring som kustnära yrkesfiske formas och förhandlas i det som brukar kallas för den nya ekonomin. Studien bygger på observationer, intervjuer och analys av textmaterial. Från Fjällbacka i norr till Landskrona i söder har jag besökt och intervjuat fiskeförvaltare och yrkesfiskare som erbjuder fiskerelaterade tjänster. Där bedriver yrkesfiskare skaldjursfestivaler, sjömansbutiker, fiskbutiker, musselodling, skaldjursakademi, fisketurer, provfisken, kräft- och hummersafaris, fisk-bodar samt fiskemuseum och fiskrestauranger.

Den här essän handlar om förändringsprocesser och samtida diskurser kring fiskaryrket. Med avstamp i den engelska tv-reklamfilmen diskuteras generella förändringar i dagens småskaliga yrkesfiske. Jag kommer att visa exempel på hur hur svenska yrkesfiskares möten med konsumenters nya förväntningar kan ta sig uttryck.

FÖRMEDLA ANSVARSFULLHET

I tv-reklamen förmedlas värden som förknippas med vad som kan anses som ”det goda fisket”, med en invit till fiskkonsumenter som vill köpa en produkt från ”en del av världens största aktör inom frusna livsmedel från havet”. Företaget har tretusen anställda och förbereder tre miljoner fiskrätter samt tvåtusen olika fiskprodukter årligen för de engelska konsumenterna. Företagets tvåhundra år i branschen har enligt deras egen hemsida kännetecknats av ”ansvarsfullt fiske och kvalitet” (egen översättning från www.youngsseafood.co.uk). Tv-reklamens sångare och deras arbete ute på havet och i hamnen symboliserar en del av de värden som företaget vill koppla till den färdiglagade torsken. Att fisket och inte produkten får så pass mycket utrymme i reklamfilmen säger något om konsumenters ökade behov av insyn i matproduktion. Jag menar att reklamfilmen spelar på en mångfacetterad konsumentefterfrågan och dess växande intresse för såväl kustens kulturhistoria (Osbaldiston 2012), som matens framställning (Hebert 2010) och upplevelser i naturen (Fredman & Tyrväinen 2010).

Avsändaren utgår ifrån att kustarbetarnas produktionsförhållanden har ett attraktionsvärde för konsumenter, trots att inget i tv-reklamen egentligen handlar om för hur just den fisken fiskas. En rad paradoxer efterlämnar förvirring. Bidrar det enskilda småskaliga fisket med burar och annan traditionell utrustning som visas i filmen, till den tillförlitliga och stadiga ström av fångster som livsmedelsjättens sångtext bjuder tittaren att tro? Kommer detta fiske att mätta ”the hungry sailor” och ”bring back fish with never failure”?

Samtidigt som allt mer rationella metoder för matproduktion i lantbruk och fiske har lett till massproduktion och masskonsumtion, har konsumenternas möjlighet att välja alternativ blivit allt viktigare i Europa. Men i tv-reklamen speglas de samtida konsumenternas efterfrågan på ett fiske som *inte* kännetecknas av industriell massproduktion. I filmen förs andra värden fram, såsom naturupplevelser, kulturarv och småskaligt fiske. Vid flera tillfällen i filmen syns en mindre fiskebåt och redskap som kännetecknar ett småskaligt selektivt fiske, till skillnad från ett intensivare industriellt fiske. I en tid då miljökriser, klimathot och effekter av utfiskning präglar debatterna i media, blir på detta sätt varor och tjänster som inger konsumenter en känsla av att ”göra rätt”,

viktigt att lyfta fram i reklamsammanhang alldeles oavsett vilka metoder som faktiskt används för att fånga produkten. Ett etiskt reflekterat utbud på livsmedelsmarknader är inte längre enbart alternativ som gör det möjligt för några få småskaliga producenter att överleva i en global lågpris-konkurrens, utan hör också till diskurser som massproducerande företag, som det i tv-reklamen, behöver förhålla sig till.

FISKARENS VÄNNER

Om vi lägger tv-reklamen för fryst torsk åt sidan, så visar det sig efter lite efterforskningar att det inte bara är livsmedelsindustrins reklammakare som konstruerar kustarbete och fiske på ett specifikt sätt. Sångarna i reklamfilmen är inte inhyrda skådespelare, utan just kustarbetare och fiskare i verklighetens Port Isaac. De tio sångarna utgör sånggruppen Fishermans´s Friend och har sedan länge sjungit shanty-sånger tillsammans. De har även en hemsida, där de gör reklam för musikgruppen (www.thefishermansfriends.com). En framgångssaga vävs fram i texter om hur medlemmarna vid sidan av fiske och kusträddning började sjunga folkliga shanty-sånger. Sedan femton års tid attraherar de massor av besökare till Port Isaac. I texterna påstås sångerna levererar ett *äkta* sound. Männens personliga, långvariga relationer med varandra belyses särskilt. Förutom att Fisherman´s Friends medlemmar är kustarbetare och fiskare, arbetar en som konstnär, en annan driver café och de framstår alla som kyrkligt engagerade. Det finns länkar till kustarbetarnas olika företag och i web-butiken säljer de böcker, cd-skivor och konsertbiljetter, samt erbjuder möjligheten att provlyssna till deras musik. Där finns också länkar till alla tänkbara sociala medier.

Bilderna på hemsidan visar gruppen iklädda skepparkavajer av grövre modell, kepsar och skjortor i arbetarens röda färg. De porträtteras med vad som ska likna ett gulnat fotografi där de, alla vända mot kameran som på ett skolfoto, har fotograferats som kollektiv framifrån/underifrån, sittande med korsade armar och bistra miner.

Fisherman´s Friends har också låtit spela in en dokumentärfilm om sina framgångar som musikgrupp. I filmen, som sändes i svensk tv under 2013, förmedlas den press som några av gruppens medlemmar upplever att framgång-

arna har lett till. En medlem har hoppat av musikgruppen för att koncentrera sig på sitt café i Port Isaac, medan den sjuttiofyraårige Pete är mer än nöjd över sitt nya liv som uppskattad artist på äldre dagar. Sammantaget framställer sig Fisherman´s Friends som traditionella mångsysslare och moderna entreprenörer samtidigt som yrkesrollerna och arbetsplatsen framställs som genuin, naturlig och autentisk.

Fisherman´s Friends framgångssaga och livsmedelsindustrins förstärkning av den livsstil som detta traditionella kroppsarbete innebär, passar väl in i en omvärld där efterfrågan på naturupplevelser växer och där konsumenter vill ha alternativ till massproduktion och global handel. Exemplet visar hur en traditionell näring, som inte så sällan ifrågasätts på grund av problem med sjunkande fiskbestånd och olönsamhet, omformuleras av livsmedelsindustrin för att harmoniera mer med de moderna konsumentkraven på hållbart fiske, dess certifierade och etiskt producerade råvaror samt turisters förväntningar på att få ta del av kulturhistoria, lantliga idyller och upplevelser i naturen.

De uttryck som jag har försökt beskriva stämmer överraskande väl med visioner om hur det kustnära yrkesfisket förväntas utvecklas i framtiden enligt EU:s nya fiskepolitik liksom i den svenska landsbygdspolitiken (EC 2014, Jordbruksverket 2014). I retoriken gentemot både lantbrukare och fiskare backar myndigheter som förvaltar naturresurserna upp den alternativa konsumentefterfrågan genom att finansiellt stödja landsbygdens traditionella näringar. Där uppmuntras småskaliga producenter att utveckla sitt företagande genom att vända sig till besökare. De svenska fiskelägena har under de senaste årtiondena genomgått stora förändringar. Sedan en lång tid tillbaka blir antalet yrkesfiskare för varje år allt färre (HaV 2013) och kustsamhällen som tidigare fungerade som fiskelägen har på många ställen runt om i Skandinavien kommit att bli mer av rekreationslandskap (Sjöholm 2002, Fredriksson & Larson 2013), liksom i övriga Europa.

I forskningen om landsbygdsutveckling menar man att det sker en övergång, från en traditionell näringsutövning till en multifunktionell och turismorienterad landsbygd (Chaplin et al. 2004, Burton & Wilson 2006, McElwee et al. 2006, Pyysiäinen et al. 2006, Sharpley & Vass 2006, Grande et al. 2011,

Phelan & Sharpley 2012). Sharpley & Vass menar att naturbrukare som har diversifierat mot turismföretagande formar en tydlig produktionsorienterad identitet (Sharpley & Vass 2006). Turisters förväntningar på ett ”riktigt” lantbruk eller fiske ställer krav på naturbrukaren eftersom konsumenter ofta har romantiska idéer om naturen och idylliska bilder av landsbygden (Di Domenico & Miller 2012, Osbaldiston 2012). I litteraturen diskuteras spänningar som producenter upplever i tjänstearbete där tillfälliga besökare letar efter äkthet samtidigt som producenten vill, men inte är fri att, förmedla en annan bild av vad arbetet innebär och kräver. I tidigare forskning pekar man på hur kunders eller gästers föreställningar om äkthet kan stå i konflikt med lojaliteten gentemot den egna näringen och därmed leda till stress (Di Domenico & Miller 2012).

När jag i min avhandling använder begreppet värdskap så hänvisar jag till att relationen mellan värd och gäst inbegriper både kommersiella och intellektuella aktiviteter (Lynch et al. 2011). Även om de bilder av yrkesfisket som förmedlas i media och reklam inte är direkt reglerande för fisket, så används de och sätts samman till diskurser som yrkesfiskare förhåller sig i berättelser om sin näring.

HÄR VAR DET FISKAT!

Det yrkessubjekt som Fisherman´s Friends illustrerar, det vill säga den entreprenörielle fiskaren, praktiseras också längs Sveriges västkust. Där har olika former av mångsyssleri och kanske särskilt inom det småskaliga fisket alltid hört till villkoren för att leva av och med den oförutsägbara naturen (Löfgren 1977). Entreprenörskapet har emellertid tagit sig nya uttryck. I min analys av policytexter framgår att yrkesfiskare uppmuntras idka entreprenörskap, bredda sin näring med turismverksamheter och ägna sig åt marinpedagogik gentemot gäster. Men de yrkesfiskare som har diversifierat har en lite annorlunda syn på fisket, där bristen på entreprenörskap inte framställs som det största problemet, utan snarare de allt krångligare regelverken och myndigheternas oförmåga att i praktiken understödja fortlevnad av det svenska kustnära yrkesfisket.

Som jag tidigare konstaterade är det som tv-tittare omöjligt att avgöra på vilket sätt som fisken i tv-reklamen var fångad. Tittaren lämnades med ovisshet huruvida fisken var fiskad strax utanför Port Isaac eller i ett fiske under liknande produktionsförhållanden. Just detta, att gäster i hamnen eftersöker visuella bevis på att fisken fiskas där och på ett särskilt sätt, är något som flera yrkesfiskare i min studie återkommer till. Ett exempel är när yrkesfiskaren Nils talar om sin fisk som ”fiskad med respekt” och att den därför är en bättre fisk, än den fisk som kommer från ett industrifiske. Nils klargör i sin jämförelse med sitt eget småskaliga fiske, hur fisk i industritrålningsfiske dras upp i enorma mängder, på mycket kortare tid och att den ofta transporteras jorden runt och genererar onödigt mycket koldioxidutsläpp. På ett liknande sätt resonerar yrkesfiskaren Rune som menar att fiske och i synnerhet småskaligt kustnära yrkesfiske, i jämförelse med köttproduktion, genererar mindre av koldioxidutsläpp, men att det ändå ger ett högvärdigt protein.

Göran framhåller att den på västkusten etablerade märkningen ”Närfiskat”, som ska upplysa konsumenter om var fisken är fångad, inte tydligt reflekterar att fisk i jämförelse med hans närfångade fisk som säljs i hamnen direkt, faktiskt transporteras långa sträckor. Han och kollegan marknadsförde därför sin fångst som ”Härfiskat”, värderad utifrån att den fångas på platsen där konsumenten äter den färsk.

I yrkesfiskaren Eriks möten med gäster ombord på hans hummersafari framträder förväntningar på det ”riktiga” yrkesfisket och gästernas föreställningar om fiske både förskjuts, bekräftas och omformuleras. När Eriks burar är helt tomma beskriver han det som en möjlighet att förklara för gäster att det inte alltid kommer upp någon fångst. Jonas gästas av sportfiskare som vill diskutera torsk-krisen, medan han menar att han får jobba en del med ”att ta hål på de myterna”. Mötena leder till lärdomar om kunderna och kunderna lär sig om fiske av yrkesfiskarna. Nils säger att ”de vill handla av mig och ingen annan”. Han säljer sin fisk i en fiskvagn i hamnen, men kunderna vill helst av allt se honom bära lådorna iland, för att försäkra sig om att fisken verkligen kommer från just den fiskaren.

I min studie framställs det kustnära yrkesfisket som en ambivalent praktik som inbegriper de egna och andra människors uppfattningar om fiskets ”förr och nu”, ”det äkta och oäkta” fisket samt yrkesfiskets ”vi och dem”. Utgångspunkten i analysen är att de uppdelningarna som görs i yrkesfiskarnas arbetslivsberättelser genomsyras av hur omgivningen förhåller sig till deras näring.

Nils menar att folk vet skrämmande lite om fiske, men att han också ges möjlighet att lära ut det han kan om fiske, i mötet med kunder. Det ”äkta” fisket tycks till exempel för konsumenter innebära att fisken bör vara alldeles nyfångad, medan fiskaren lär kunden att plattfisk helst ska ha ”legat till sig” i några dagar, för att kunna stekas fin. Flera sådana exempel framställs som en kunskap som fiskaren kan erbjuda där och då, en praktisk kunskap som inte finns att skaffa i storköpet. Visuella bevis på att fisket reellt existerar är därför viktiga beståndsdelar av just detta kundmöte.

Dessa gemensamma konstruktioner av det kustnära yrkesfisket som kunskaps-bärarande förhandlas fram i en process av autentisering (Cohen & Cohen 2012), där olika anspråk på ”äkta och oäkta” kustnära yrkesfisken artikuleras av både gäster och värd. När yrkesfiskarna talar om sin relation till den egna branschen, ger de uttryck för detta i termer av grupperingar i ”vi” och ”dem”. De tar hjälp av hållbarhetsdiskursen för att påkalla att just deras typ av fiske är mer hållbart och selektivt än storskaligt fiske. Yrkesfiskarna konkurrerar med industrifisket, konventionella yrkesfiskare och fritidsfisket. Snarare än att yrkesfiskarna beskriver en tillhörighet till en fast yrkesidentitet, så positionerar de sig gentemot de som fiskar med andra fiskemetoder, så som industriellt fiske, men också gentemot andra ”trångsynta, tröga fiskare”, som yrkesfiskarna Jens och Eva menar ”inte förstår att fiskaren måste fiska kvalitet” och inte kvantitet.

De kärva ekonomiska villkoren lyfts fram när till exempel yrkesfiskaren Eva berättar om hur ”priserna inte har hängt med vad det kostar att leva” och att mellanhänder likt livsmedelsjätten i tv-reklamen från Port Isaac kan ta ut stora marginaler och ändå sälja stora mängder fisk till ett billigt pris. Som betraktare av den engelska tv-reklamen är det uppenbart att den panerade frysta fisken i de designade pappkartongerna inte säljs i Port Isaacs hamn. Fisken hamnar i

livsmedelsbutikernas frysdiskar, där målgruppen förväntas handla och är inte ”äkta”, i den mening som yrkesfiskarna i min studie menar att kustbesökare i deras verksamheter söker efter.

TILLFÄLLEN TILL UPPRÄTTELSE

Värdskap i yrkesfiske handlar dock inte enbart om att yrkesfiskare skapar ”äkta” upplevelser för gäster, utan också om upplysning. Yrkesfiskarna förklarar och visar upp arbetet, fiskens ”rätta” pris, fiskens kvalitet, fiskets kulturhistoria, kustens natur. De levererar yrkesfiske ”på riktigt”. Utifrån mitt material vill jag därför hävda att yrkesfiskarna strävar efter att i kommunikativ mening *realisera* kustnära yrkesfiske, i meningen kommunikativt förverkliga och skapa förtroende för näringen, i relationen till gäster.

Småskaligt yrkesfiske kräver flexibilitet för att följa den varierande fisktillgången, som begränsas av olika regelverk men även av oförutsägbart väder som också påverkar både möjligheter till fiske och turistföretagande. Yrkesfiske ger heller inte någon marknadsmässig lön. Forskning visar att det slags tjänstearbete som går ut på att leverera ”äkta upplevelser” i jordbruk och fiske, tenderar att upplevas som stressiga arbetssituationer (Di Domenico & Miller 2012). Det är därför värt att reflektera över huruvida turismföretagande inom fiske kan sägas vara ”hållbart” i en näring som redan i sig burkar omnämnas som ett av de farligaste yrkena (ILO 2007). Men det konkreta kundmötet ger yrkesfiskarna tillfällen till upprättelse, som när Markus får möjlighet att förklara för kunder att det blåser ute till havs trots att det är lä iland och att han inte har möjlighet att leverera kräftor just den dagen. Yrkesfiskare både förhåller sig till och använder sig av omgivningens diskurser om hållbart fiske i berättelsen om sin näring. Termer som kvalitet, närproducerat och turisters jakt på det ”äkta” används även i det kustnära yrkesfisket vid Sveriges västkust. Diskurserna speglas i den livsstil som till sin ytterlighet utnyttjas i tv-reklamen och i fenomenet med de populära sångarna Fisherman´s Friends. Den osannolika framgångssagan och entreprenörskapet i en traditionell näring i svaj förmodas attrahera konsumenterna att köpa fryst torsk från den massproducerande livsmedelsindustrin. Tv-reklamen är också ett uttryck för livsmedelsjättarnas- och konsumenters makt att definiera yrkesfisket utifrån förväntningar på anpassning när näringen ifrågasätts.

När Fisherman´s Friends sjunger ”What shall we do with the hungry sailor?”, går tankarna till bilden av sjömannen som i den samtida tv-reklamen framställs som hungrig, men som tidigare i många sammanhang har reproducerats som ”drucken”. Många yrkesfiskare som jag har träffat under mitt avhandlingsarbete återger en mörk bild av framtidens fiske och de förmedlar det småskaliga kustnära yrkesfisket som en onyanserat ifrågasatt näring. Jag tänker också på de många berättelser om allt snårigare regelverk, av nöden tvungna deltidsarbeten vid sidan av fisket, upplevt orättfärdiga böter, misstro från myndigheter med förslag på kameraövervakning ombord, media-rapporteringar om sjunkande fiskbestånd, statistik som visar på allt färre och äldre yrkesfiskare, kårens struktur som ungdomsfattig och mansdominerad och interna problem med organisering. Jag tänker också på att de yrkesfiskare jag besökte arbetade ensamma, vid sidan av högst en annan yrkesfiskare i hamnen (med ett undantag, där fyrtio yrkesfiskare är verksamma). Idag är det lätt att konstatera att de flesta kustsamhällen är sommarparadis för fritidsaktiviteter och sommarhusägare och inte längre fiskelägen, även om man ibland stöter på ”fiskeläget” som en term i marknadsföring för en turistdestination.

AVSLUTNINGSVIS

För mig som konsument, nu med lite insyn i fisket, kvarstår frågor om var och hur fisken i tv-reklamen är fångad. Är den fångad nära kusten med burar som antyds i filmen? Med tanke på sångtexten ”bring back fish with never failure”, det vill säga produktens förväntade förekomst i frysdisken och den mängd produkter som livsmedelsföretaget producerar, så tänker jag att fisken antagligen fångas med helt andra metoder än de som visas i filmen.

Poängen är att som konsument är det mycket svårt att faktiskt *veta*. Det är kanske mer troligt att livsmedelsjätten, för att få en jämnare tillgång på fisk, vänder sig till industrifisket, eftersom storskaligt fiske inte genererar lika stora arbetskostnader per fisk och möjliggör ett lägre pris för konsumenter.

Det kustnära yrkesfiske som myndigheterna formar som ”entreprenöriellt fiske” formas och förhandlas i praktiken genom att yrkesfiskarna på olika sätt förhåller sig till förväntningar, som är påtagliga i möten mellan fiskaren som

värd och konsumenter som gäster. Trots den dystra framtid som ofta beskrivs, växer också en positiv bild fram:

> Någonting som känns att budskapet verkligen har gått hem det är ju ifall det kommer en privatperson och handlar i min fiskvagn till exempel och som säger: `ohh vilken fin fisk detta är … vi såg när du va ute med båten i morse och vi inser hur tufft det var när du körde slalom mellan isflaken. Så att det är ju en glädje för oss att äta den här fina fisken som vi förstår hur mycket du har jobbat för … då är det ju meningsfullt. (Intervju med Nils 2011)

Nils menar att kunderna lär sig om fiske medan han lär sig något om kunderna och det är flera yrkesfiskare som berättar om hur de tar tillfället i akt att förklara hur fiske fungerar. Precis som livsmedelsjätten gjorde i sin reklam, använder de samtida värderingar som resurser i möten med gäster. Den konsument som söker upp en lantbrukare eller en fiskare som säljer sin skörd och fångst har, till skillnad från i livsmedelsbutiken, möjlighet att lära sig mer om fisk och fiske. Eva och Jens flaggar för att det inte är alla barn som får ta del av, uppleva och lära sig om var fisk kommer ifrån och hur fiske går till. De hänvisar således till relationer som sträcker sig bortom det omedelbara kundmötet, eftersom det ligger i deras intresse att upplysa konsumenter om att det lokala fisket och dess kunskaper, med dess nuvarande villkor riskerar att helt försvinna.

Fortfarande undrar jag över den där panerade torsken. När min väninna och hennes familj storhandlar mat ute i Londons förorter, kan fisken ha fångats av sjuttiofyraårige Pete, fiskare, entreprenör och hyllad artist vid engelska kusten? Man vet aldrig!

FÖRFATTARPRESENTATION

Malin Andersson har sin grundutbildning vid Institutionen för service management och tjänstevetenskap vid Lunds universitet, där hon 2010 påbörjade sin forskarutbildning. Avhandlingsarbetet, ”Kustnära yrkesfiske i omvandling”, handlar om utvecklingsprocesser och diskurser kring traditionella näringar i förändring, med fokus på svensk fiskeförvaltning och yrkesfiskare som

engagerar sig i tjänsteföretagande längs Sveriges västkust. Detta har presenterats bland annat på den årliga Arbetslivskonferensen på Arbetets museum, Norrköping, hösten 2014.

REFERENSER

Burton, R. J. F. & Wilson, G. A. (2006). Injecting social psychology theory into conceptualisations of agricultural agency: Towards a post-productivist farmer self-identity? *Journal of Rural Studies,* 22(1), 95-115.

Chaplin, H., Davidova, S. & Gorton, M. (2004). Agricultural adjustment and the diversification of farm households and corporate farms in Central Europe. *Journal of Rural, Studies,* 20(1), 61-77.

Cohen, E. & Cohen, S.A. (2012). Authentication: Hot and cool. *Annals of Tourism Research,* 39(3), 1295-1314.

Di Domenico, M. & Miller, G. (2012). Farming and tourism enterprise: Experiential authenticity in the diversification of independent small-scale family farming. *Tourism Management,* 33(2), 285-294.

EC. (2014). *Good practices.* (https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/tools/good-practices.)

Fredman, P. & Tyrväinen, L. (2010). Frontiers in Nature Based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism,* 10(3), 177-189.

Fredriksson, C. & Larson, M. (red.). (2013). *Framtidskuster: hållbar utveckling i kustsamhällen*. Göteborg: Makadam i samarbete med Centrum för Danmarksstudier vid Lunds universitet.

Grande, J., Agnete Alsos, G., Carter, S., Ljunggren, E. & Welter, F. (2011). 5 Entrepreneurial efforts and change in rural firms: three case studies of farms engaged in on-farm diversification. *The Handbook of Research on Entrepreneurship in Agriculture and Rural Development:* 74.

HaV (2013). Årsredovisning. Hav- och Vattenmyndigheten. Göteborg.

Hebert, K. (2010). In Pursuit of Singular Salmon: Paradoxes of Sustainability and the Quality Commodity. *Science as Culture,* 19(4), 553-581.

ILO (2007). Work in fishing convention and recommendation. Action Plan 2011–2016. Geneva, International Labour Office.

Jordbruksverket. (2014). *Yrkesfiske*. (http://www.jordbruksverket.se/amnesområden/landsbygdsutveckling/branscherochforetagande/yrkesfiske.4.39da9f0113cb389bda880002698.html.)

Lynch, P., Molz, J. G., McIntosh, A., Lugosi, P. & Lashley, C. (2011). Theorizing hospitality. *Hospitality & Society,* 1(1), 3-24.

Löfgren, O. (1977). *Fångstmän i industrisamhället. En halländsk kustbygds omvandling, 1800-1970*. Lund: Liber läromedel.

McElwee, G., Anderson, A. & Vesala, K. (2006). The strategic farmer: a cheese producer with cold feet? *Journal of Business Strategy,* 27(6), 65-72.

Osbaldiston, N. (2012). *Seeking Authenticity in Place, Culture, and the Self: The Great Urban Escape.* Palgrave Macmillan.

Pyysiäinen, J., Anderson, A., McElwee, G. & Vesala, K. (2006). Developing the entrepreneurial skills of farmers: some myths explored. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research,* 12(1), 21-39.

Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challege of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management,* 23(3), 233-244.

Sharpley, R. & Vass, A. (2006). Tourism, farming and diversification: An attitudinal study. *Tourism management,* 27(5), 1040-1052.

Sjöholm, C. (2002). *Moderna skärgårdsbor i gammal kultur.* Göteborg: Bohusläns museum.

Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar

Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar tar sin utgångspunkt i de ständigt föränderliga villkor som servicearbetet står inför. Detta temanummer har sin upprinnelse i en workshop med temat ”Service på marginalen” med deltagare från institutionen för service management och tjänstevetenskap och inbjudna gäster.

En kritisk och reflekterande ansats, grundad i empiriska studier som sätter servicearbetet i sitt specifika sociala sammanhang, är en utgångspunkt i samtliga bidrag. Essäerna illustrerar konkreta aspekter på servicemötesproblematiken, såsom det ofta blir när det handlar om mellanmänskliga relationer. En mängd motstridiga bilder av tjänstearbetets villkor är återkommande. Bakgrunden till det flera av författarna skriver om är en diskussion om det individualiserade samhället som ofta betraktas vara i ständig förändring och där medborgarna förväntas förvalta sitt pund på bästa sätt. Det handlar inte enbart om att navigera inom ekonomiska ramar, utan också om kulturella förväntningar och normer kring hur vi ska vara i både vårt yrkesliv och som medborgare.

LUNDS UNIVERSITET

www.ism.lu.se/forskning
ISBN 978-91-982330-1-8

LUNDS UNIVERSITET
Inst för service management och tjänstevetenskap

Besöksadress:
Universitetsplatsen 2,
Helsingborg
Tel: 042 - 35 66 20
Epost: info@ism.lu.se