

Lund Universitet  
Sociologiska Institutionen

# ”Mäklare är en livsstil”

– En studie om fastighetsmäklares upplevelse av sin yrkesroll och sina möten med kunder

Författare: Helena Stavreski  
Kandidatuppsats: SOCK01, 15 hp  
Höstterminen 2010  
Handledare: Anders Järnegren

## Abstrakt

Författare: Helena Stavreski

Titel: ”Mäklare är en livsstil” – En studie om fastighetsmäklares upplevelse av sin yrkesroll och sina möten med kunder

Kandidatuppsats: SOCK01, 15 hp

Handledare: Anders Järnegren

Sociologiska Institutionen, Höstterminen 2010

Den här uppsatsen handlar om fastighetsmäklares relationer till sina kunder. Om deras vardagliga arbete och hur de upplever sin yrkesroll. Jag analyserar mitt material främst med hjälp av två olika teoretiska referensramar; dramaturgiskt perspektiv (Goffman, 1959) och Arlie Russel Hochschilds teori om emotionellt arbete (1983). I min studie står fastighetsmäklares subjektiva upplevelse av yrkesrollen och möten med kunder i fokus och i konsekvens med detta arbetar jag med en kvalitativ forskningsansats. Mitt material består av nio kvalitativa intervjuer med yrkesverksamma fastighetsmäklare och av observationer i den miljö som mina intervjupersoner arbetar i och i möten med kunder.

Dramaturgisk ansats visar sig vara användbar för att förstå förutsättningar för mäklarnas möten med kunder. Fastighetsmäklaren möter sin kund i dennes hem och vilket ställer speciella krav detta ställer på mäklaren avseende den personliga fasaden och förmåga att *definiera situationen*.

Fastighetsmäklarnas emotionella arbete utgörs främst av *djupagerande*, då som en del av förberedelser inför kundmöten. För- och efterarbete på kontoret menar jag skyddar mäklarna mot negativa effekter av emotionsarbetet.

Mina intervjupersoner uttrycker sig positiva till att krav på högskoleutbildning numera ställs. Samtidigt talar mina intervjupersoner i övervägande *kritiska* termer om fastighetsmäklarutbildningen. Ett problem enligt mina intervjupersoner är att man inte tar upp *sälj* på utbildningen och därmed utesluts en för yrket avgörande kompetens.

Förmågan att hantera kundernas krav på tillgänglighet är betydelsefull. En strategi är att *blanda in* arbete i övriga livet. Ett förhållningssätt som sammanhänger med en *hög grad av identifikation* med yrkesrollen. Den andra innebär att mäklaren försöker sätta gränser för hur tillgänglig man är för kunden.

**Nyckelord:** Intrycksstyrning, emotionellt arbete, yrkesidentitet

# Innehållsförteckning

## 1. Inledning 3

1:1 Syfte och avgränsningar 4

1:2 Frågeställningar 4

## 2. Bakgrund 4

2:1 Fastighetsmäklaryrket i ett sammanhang 4

2:2 Tidigare forskning 6

## 3. Teori 7

3:1 Ett dramaturgiskt perspektiv 7

3:2 Emotionellt arbete 9

## 4. Metod 10

4:1 Kvalitativ forskningsansats 10

4:2 Metodval – intervjuer och observationer 11

4:3 Tillvägagångssätt 12

4:4 Metodologiska reflektioner 13

4:5 Det empiriska materialet och analysen av detta 14

4:6 Etiska överväganden 15

## 5. Analys 16

5:1 Inledning 16

5:2 Inramningen 17

5:3 Mötet – att definiera situationen 19

5:4 Mötet – att arbeta med känslor 21

5:5 Gränser och tillgänglighet 25

## 6. Sammanfattning 28

## Litteratur 32

# 1. Inledning

Den här uppsatsen handlar om fastighetsmäklares relationer till sina kunder. Om deras vardagliga arbete och hur de upplever sin yrkesroll. Jag analyserar mitt material främst med hjälp av två olika teoretiska referensramar; dramaturgiskt perspektiv (Goffman, 1959) och Arlie Russel Hochschilds teori om emotionellt arbete (1983). De fastighetsmäklare jag möter i min studie har nästan uteslutande en individuellt baserad provisionslön där mötet med kunden, och resultatet av detta möte, är avgörande för mäklarens möjligheter till försörjning. Jag menar att ett dramaturgiskt perspektiv kan hjälpa oss att förstå några grundläggande förutsättningar för ett sådant arbete. Jag intresserar mig också, som ovan nämnts, för hur emotioner används för att etablera kontakter och relationer med kunder. I min studie står fastighetsmäklares subjektiva upplevelse av yrkesrollen och möten med kunder i fokus och i konsekvens med detta arbetar jag med en kvalitativ forskningsansats. Mitt material består av nio kvalitativa intervjuer med yrkesverksamma fastighetsmäklare och av observationer i den miljö som mina intervjupersoner arbetar i och i möten med kunder. Genom att arbeta med *både* intervjuer och deltagande observationer har jag fått en möjlighet att gemensamt med mina intervjupersoner utveckla en fördjupad förståelse av deras yrkesmässiga vardag.

## *Uppsatsens disposition*

Efter en inledning med syfte, avgränsningar och frågeställning presenterar jag varför jag tycker att en studie av fastighetsmäklaryrket är intressant, både i en samhällskontext och utifrån sociologiska teoretiska perspektiv. Därpå följer en kort genomgång av tidigare forskning, där jag konstaterar att forskning om mäklaryrket med samhällsvetenskapliga utgångspunkter är svårfunnen. Jag presenterar efter detta mina två huvudsakliga teoretiska utgångspunkter, som också representerar de perspektiv på fastighetsmäklaryrket som jag valt att avgränsa mig till. I kapitel fyra redogör jag för mina metodologiska ansatser, inledningsvis något om kvalitativ metod mer allmänt och därefter mina egna metodval, tillvägagångssätt, metodologiska reflektioner och etiska överväganden. I kapitel fem redovisar jag det analytiska arbetet med mitt empiriska material. Uppsatsen avslutas med en diskussion, där studiens viktigaste resultat lyfts fram och diskuteras i relation till inledande frågeställningar.

## 1:1 Syfte och avgränsningar

Syftet med mitt arbete är alltså att undersöka fastighetsmäklares upplevelse av sin yrkesroll och sina möten med kunder. Jag har valt att arbeta med kvalitativ forskningsstrategi och mitt material består av intervjuer och observationer. De aspekter i fastighetsmäklarnas upplevelser som jag särskilt intresserar mig för är hur de förbereder sig inför sina möten med kunder, hur emotioner används för att sälja tjänsten och etablera kontakter och relationer med kunder men också hur mäklarna etablerar gränser i sina kundrelationer. Vissa avgränsningar har av nödvändighet gjorts och intressanta förhållanden i yrket får i konsekvens med detta inte plats i detta arbete. Jag utforskar exempelvis inte hur rekrytering, träning (säljutbildningar och introduktionsutbildningar) eller kontroll (de uppföljningssamtal som jag vet att mina intervjupersoner har med sin chef varje vecka) går till. Jag fördjupar mig inte heller i diskussionen om fastighetsmäklarens roll som förmedlare mellan två parter på bostadsmarknaden, den mellan säljare och köpare. Ett annars vanligt ämne för studier om fastighetsmäklare.

## 1:2 Frågeställningar

Hur förbereder sig fastighetsmäklarna i min studie för sina möten med kunder?

Hur använder sig fastighetsmäklarna av emotionellt arbete för att etablera kontakt och relationer till sina kunder?

Hur ser förutsättningar ut för fastighetsmäklarna när det gäller att sätta gränser mellan arbete och övrigt liv?

## 2. Bakgrund

### 2:1 Fastighetsmäklaryrket i ett sammanhang

Fastighetsmäklaryrket är ett yrke i förändring, då det sedan några år tillbaka krävs minst 2 års utbildning på högskolenivå för att registreras som fastighetsmäklare.

(Fastighetsmäklarnämnden, september 2009). Fastighetsmäklaryrket skulle därigenom kunna inordnas i det som kan urskiljas som en *pre-profession*, en tredje generation av professioner som ”idag forskningsanknyts och institutionaliseras vid de högre lärosätena, framför allt vid de nya högskolor och universitet som definierar sig som professionslärosäten” (Brante, 2009, s. 31). Avnämare för flera av dessa yrken återfinns, till skillnad från fallet för de klassiska professionerna, inte längre i den offentliga sektorn utan på marknaden. Fastighetsmäklarna

erbjuder kvalitetsprodukter eller tjänster i vinstsyfte på en sådan marknad och deras kompetenser garanteras genom universitetsanknytningen.

### *Tjänstearbete – emotionellt arbete*

Andelen sysselsatta inom tjänstesektorn i Sverige har ständigt ökat. Gemensamt för dessa yrken är ”att arbetet inte bara bestäms i relation till en arbetsgivare utan även i relation till en kund, klient eller patient” (Allvin m.fl., 2006, s. 71). I dessa yrken ställs ofta krav på emotionellt arbete. I lågkvalificerade serviceyrken är detta emotionsarbete ofta strikt reglerat eller kontrollerat av organisationen. Genom det emotionella arbetet skall en viss känsla skapas hos kunden eller klienten, det sker en kommersialisering av känslor. (Abiala, 2000, Fineman, 2008, Hochschild, 1983, Leppänen och Sellerberg 2010) Men även inom olika professioner finns implicit förväntan eller krav på ”emotionell kompetens” (Allvin, m.fl., 2006, Fineman, 2000, Holm, 2001, Jackall, 2000, Leppänen 2006, Lindgren och Olsson, 2008, Lindgren och Schlyter, 2005, Persson, 2003, Dahlgren och Starrin 2004). I boken *Fastighetsförmedling* (Jingryd och Segergren, 2009) argumenterar författarna (som båda arbetar eller har arbetat på Fastighetsmäklarutbildningen i Malmö) för att det finns en ny komplexitet i fastighetsmäklaryrket och därmed en ny yrkesroll. Fastighetsmäklaren behöver inte endast ha kompetens inom områden som juridik och ekonomi. Mötet med kunden kräver också ”emotionell intelligens” och teoretiska kunskaper i psykologi och kommunikation. Fastighetsmäklaryrket intar i min mening en särställning då det måste beskrivas som ett säljyrke, där flertalet verksamma har provisionsbaserad lön. Samtidigt är den tjänst som erbjuds kvalificerad och uppfyller på flera punkter definitioner av vad som kännetecknar en profession (Brante, 2009).

### *Gränser mellan arbete och övrigt liv*

Fastighetsmäklaryrket kan också sägas vara intressant ur ytterligare en aspekt; frågan om arbetets gränslöshet och relationen mellan arbete och övrigt liv (Allvin m.fl, 2006, Hochschild, 1997). Fastighetsmäklaryrket kännetecknas av flexibla gränser mellan livets olika sfärer i tid och rum och det blir upp till den enskilde mäklaren att sätta de gränserna, oftast i direkt relation till kunderna. Christena Nippert-Eng (1996) ser två idealtypiska poler för gränssättning där en innebär en uppdelning av livet och den andra innebär en långt driven integration (i Allvin, 2006, s.126).

### *Betydelser av kön*

Utbyggnaden av högskolan har inneburit att andelen kvinnor i grundutbildningen ökat inom i stort sett alla inriktningar (SOU 2004:43 s.103). På fastighetsmäklarprogrammet på Malmö Högskola var exempelvis 65 av 114 studenter på introduktionskursen ht 2010 kvinnor (intervju med programansvarig). Bland yrkesverksamma mäklare är 59 procent av de registrerade mäklarna män och 41 procent kvinnor. Upp till 40 år är 51 procent kvinnor, mellan 40 och 55 år är 39 procent kvinnor och i gruppen 56 år och äldre utgör kvinnornas andel 24 procent. (Fastighetsmäklaren, 2010)

En av mina utgångspunkter i studien är att kön har betydelse i organisationer, likväl som i alla andra arenor för socialt liv (Alvesson & Due Billing, 1997, Davies, 2001). Då fler kvinnor kommer in i ett yrke betyder detta att könsordningen i arbetsorganisationerna påverkas. Det kan gälla hur fördelningen mellan kvinnor och män ser ut på olika positioner i organisationen (könsstruktur), men också den symboliska ordningen, hur det som vi uppfattar som ”kvinnligt” och ”manligt” uppfattas, återskapas eller förändras i organisationen (Wahl m.fl., 2001).

### 2:2 Tidigare forskning

En artikelsökning utifrån begreppen fastighetsmäklare (Real Estate Agents) och professioner ger en viss indikation på att det ofta är frågor av etisk karaktär som studeras. James R. Webb (2000) undersöker exempelvis (i en nordamerikansk kontext) hur fastighetsmäklare uppfattar sin professionella image och hur mäklare upplever andras bild av deras professionella kompetens. Johannes Brinkman (2009) använder sociologisk rollteori för att förstå och förklara de olika etiska utmaningar som norska fastighetsmäklare står inför. Brinkman föreslår att etiska utmaningar hos mäklare kan beskrivas och förstås som system av ”conflicting roles with associated rights and duties”(s. 65).

Jag har funnit en intressant studie med utgångspunkt i teori om emotionellt arbete där fastighetsmäklare finns med som en av de undersökta yrkesgrupperna (Ashforth och Tomiuk, 2007). Författarna intresserar sig för relationen mellan upplevelse av autenticitet och yrkesidentitet hos olika grupper av ”front line” servicearbetare. Många arbetsgivare försöker kräva av sina medarbetare att de inte bara skall *visa* autentiska känslor utan att de också skall

*hysa* dem, en slags internalisering av servicerollen i sig. I studien visar sig frågan om identitet ha en avgörande förklaringskraft. De intervjupersoner som upplever att de agerar (*act*) och samtidigt upplever sig vara autentiska, identifierar sig antingen med yrkesrollen per se, eller med specifika aspekter av denna roll. I sådana fall innebär att vara sann mot *uttrycksregler* också att vara sann mot sig själv. Om man identifierar sig med yrkesrollen (djup autenticitet) kan yt- och djupagerande båda användas för att hålla uppe en värderad identitet när någon för tillfället inte känner det som förväntas. Studiens *service arbetare* upplever sig mer autentiska när de möter kunder som är vänliga, öppna ärliga och samarbetsvilliga, när de inte behöver upprätthålla organisatoriska normer som de misstycker med, när de inte upplever ojämförbara sinnestämningar eller distraktion (exempelvis beroende av händelser och upplevelser i det privata livet) och när de har en mer personlig relation till sina kunder. Emotionell dissonans visar sig i studien särskilt frekvent när negativa uttryck skall ges.

### 3. Teori

#### 3:1 Ett dramaturgiskt perspektiv

Den första av två teoretiska perspektiv som jag använder mig är Erving Goffmans (1959) dramaturgiska perspektiv. Goffman undersöker hur individen presenterar sig själv och sina aktiviteter inför andra i vanliga konkreta sociala inrättningar. De kan vara fråga om familjen, arbetsplatsen eller andra kommersiella sådana. Goffmans huvudhypotes är att vi som individer strävar efter att styra och kontrollera den uppfattning som andra bildar sig av oss. I sin text arbetar Goffman främst med de överförda uttrycken, de teatraliska och situationsbundna, de icke-verbala och förmodat oavsiktliga typen av kommunikation, det intryck individen *överför* (*give off expressions*). För den mer begränsade formen av kommunikation använder han begreppet (*give expression*), de främst verbala uttrycken vi *sänder ut* (ibid: 12). Deltagarna i en interaktion bidrar gemensamt till att en enda allmän definition av en situation upprättas. Detta betyder inte en reell samstämmighet utan innebär snarare ett ”givande och tagande” en överenskommelse om vems eller vilka anspråk som tillfälligt ska favoriseras.

Fastighetsmäklare är ett säljyrke och frågan om det första intrycket betydelse är intressant för att förstå förutsättningar i ett sådant. Enligt Goffman innebär det *första intrycket* att vi som individer projicerar en definition av situationen. Den allmänna formen för ett arrangemang, en samstämmighetsnivå eller en *preliminärt fungerande enighet* (ibid:18) är densamma i olika



slags situationer för interaktion. I vardagssituationer finns en ömsesidighet, menar Goffman. Den professionella situationen präglas i stället av en slags asymmetri, där den professionelle, beroende av sin egen socio- ekonomiska status, behöver gripa tag i och behålla initiativet och jag intresserar mig för hur fastighetsmäklaren arbetar med att ta ett sådant initiativ i mötet med sin kund.

När vi möter andra individer är vi intresserade av deras socioekonomiska ställning, deras uppfattning om sig själva och om mig, deras kompetens och pålitlighet. Upplysningar om individen gör det möjligt att i förväg veta vad vi kan vänta oss av honom eller henne. Vi kan också, med stöd av tidigare erfarenheter, använda oss av ”oprövade schablonuppfattningar”.

När jag som individ framträder inför andra individer projicerar jag medvetet eller omedvetet en definition av situationen och i denna ingår min jaguppfattning som en viktig del. När det inträffar något som på ”ett expressivt sätt” är oförenligt med det definierade intrycket får detta konsekvenser på de tre olika sociala plan samtidigt, den individuella personligheten, den sociala interaktionen och samhället (ibid:210). Fastighetsmäklarna i min studie upplever att deras yrke ofta kritiserar i dagspressen och individen. Den enskilde mäklaren kan uppleva att *självbilden*, som han eller hon byggt sin personlighet och yrkesroll kring blir misskrediterad.

*Inramningen* (the setting) för interaktionen består av möbler, dekor, ytplanering och andra bakgrundsinslag. Denna är platsbunden och fastighetsmäklaren agerar ofta utan en sådan *egen* bakgrund eller inramning. För att skapa en bild av *legitimitet* behöver den personliga fasaden vara extra tydlig, då övrig inramning saknas i mötet (ibid:49). Det viktigaste säljmötet för mäklaren är det när han eller hon besöker säljaren i dennes hem, så kallat *intag*. Det är alltså kundens viktiga attribut som mäklaren förhåller sig till vilket innebär att mäklaren kanske behöver *dölja* sina åsikter (*taktkänsla*) om hemmet eller huset (det är kanske ett 500 000 kronors ”ruckel” på den skånska landsbygden).

I likhet med andra professionella innebär yrkesrollen att det som i realiteten *görs* för kunden behöver dramatiseras, då det huvudsakligen är dolt för denne. (ibid:35). Tjänsten behöver *synliggöras* för kunden genom ständiga återkopplingar exempelvis kring hur budgivningen framskrider.

I anknytning till Goffmans diskussion av främre och bakre regioner (*bakom kulisserna*), kan konstateras att mäklaren inte har snabb tillgång till en bakre region och att den i stället kan bestå av den egna bilen och därefter förstås firmans kontor. Goffman talar om den bakre

regionen som en buffert mellan den professionella och de deterministiska krav som ställs på honom eller henne (ibid:103).

### 3:2 Emotionellt arbete

Min andra teoretiska utgångspunkt hämtar jag från Arlie Russel Hochschild (1983) som undersöker den kommersialisering av känslor som hon menar kännetecknar serviceyrken i det kapitalistiska samhället. Hochschild lägger grunden till en teori om *emotionellt arbete* (emotional labor) där emotionellt arbete har tre gemensamma drag; kontakt ansikte mot ansikte, den enskilde skall producera ett emotionellt tillstånd hos den andre, arbetsgivaren utövar kontroll över den enskildes emotionella aktiviteter genom träning eller övervakning av något slag (Hochschild, 1983, s. 95-114). Att sälja och köpa en bostad innebär för många en stor osäkerhet och fastighetsmäklaren behöver i sina möten med kunder producera ett *emotionellt tillstånd* hos sin kund, exempelvis en känsla av trygghet.

Emotionellt arbete innebär enligt Hochschild (ibid) att vi behöver frammana eller undertrycka känslor för att framkalla en känsla hos en annan och hon skiljer mellan *ytagerande* och *djupagerande*, som ingetdera är uttryck för spontana känslor. Med ytligt emotionellt agerande avser Hochschild (ibid) att man låtsas känna något som man inte känner, man visar upp ett bistert ansikte när man egentligen känner sig glad. Hon etablerar begreppet *emotiv dissonans*, d.v.s. skillnaden mellan det man känner och det man visar upp. Vid djupt emotionellt agerande är de känslor som uttrycks resultat av en frammanad känsla och de blir då ett resultat av ett arbete med känslor. Ett exempel på detta kan vara fastighetsmäklaren som på väg till ett kundmöte lyssnar på musik på radion. Vid djupt emotionellt agerande har jag som individ lärt mig att skapa en inre gestalt av en känsla (ibid: s 39-42). Jag kommer som individ ihåg mina erfarenheter på ett känslomässigt sätt, minnet räcker dock inte utan känslan måste vara verklig i detta nu.

En annan byggsten i Hochschilds teori är *känsloregler* (ibid: 56 ff). Hon föreslår att vi förhåller oss till det som finns mellan ”vad känner jag” och ”vad borde jag känna”, vid denna punkt känner vi lättast igen emotionskonventioner. Vi känner igen regler på det sätt våra känsloutryck tas emot av andra, hur andra människor värderar dem.

Hochschild (ibid) intresserar sig för vad som händer när våra känslor kommersialiseras och regler för vad man skall känna, hur man skall känna och vilka uttryck det tar sig bestäms av en organisation, av arbetsgivaren (Leppänen, 2006, Wettergren m.fl. 2008)? Tre förhållningssätt identifieras av Hochschild; i det första identifierar sig individen alltför helhjärtat med arbetet, i ett andra gör den enskilde en klar åtskillnad mellan sig själv, sin identitet och arbetet och i det tredje är individen alltför oengagerad i arbetet med risk att uppfattas som cynisk i relation till de personer hon skall hjälpa. Alla tre förhållningssätten kan medföra negativa konsekvenser för individen, men dessa minskar med ökad kontroll över arbetssituationen.

Hochschild (1983) för också ett resonemang om emotionsarbetets könsmissiga karaktär. Hon menar att kommersialiseringen av det privata sättet att använda känslor påverkar män och kvinnor på olika sätt och att förmågan att hantera känslor historiskt sett främst varit en fråga för kvinnor. En intressant fråga i min studie är om kvinnliga fastighetsmäklare förväntar av sig själva och förväntas av sina kunder att arbeta mera med sina och kundernas känslor?

## 4. Metod

### 4:1 Kvalitativ forskningsansats

Kvalitativ forskning är lyhörd för hur den sociala verkligheten konstrueras och ett särskilt intresse riktas mot relationen mellan forskaren och de människor och miljöer som studeras. Kvalitativ forskning kännetecknas av en mångfald avseende både metodfrågor och teoretiska utgångspunkter. Gubrium och Holstein (1997) väljer att tala om olika inriktningar för kvalitativ metod som en sorts *språk*. Olika kvalitativa metoder är inte bara en fråga om tekniker för insamling av material utan innebär också sätt att förstå verkligheten och föreställningar om hur världen är beskaffad. De konstruerar på så sätt en slags empirisk horisont. Kvalitativa forskares intresse för komplex interaktion och meningsskapande förutsätter en *tolerans för komplexitet* då den sociala världen är komplex.

Mike Crang och Ian Cook (2007) definierar kvalitativ forsknings huvudintresse varande att förstå delar av världen mer eller mindre som de *förstås* av de människor som lever dem i sina dagliga liv. Om forskaren är innesluten i inte *ett* utan i *multipla* sammanhang så är även subjekten i hennes forskning det. Vår identitet formas av kön, klass och ras och den kan inte förstås utan att vi förstår hur dessa kategorier bidragit till att forma den (Esseveld, 2008). Det

är dock inte tillräckligt att jag som forskare identifierar var en person *är* eller befinner sig i både social och rumslig bemärkelse. Vi behöver också förstå var personen *kommit ifrån* och var hon är *på väg*, och *var* på denna väg jag som forskare möter henne (Crang & Cook, 2007). De fastighetsmäklare som jag möter i min egen studie befinner sig inte endast i ett yrkesmässigt sammanhang, i en viss organisation, i relation till kunder och kollegor. Deras sammanhang utgörs också av de tidigare erfarenheter de gjort i sitt eget liv i familjen, bland vänner och i utbildningssammanhang. Mitt antagande i arbetet med min egen studie är att de personer jag möter är handlande subjekt som aktivt reflekterar över sina liv. Samtidigt som dessa reflektioner, och de handlingar som följer på dem, formats av vissa ramar. Dock delar jag inte antagandet att dessa reflektioner och handlingar *bestäms* av dessa ramar eller strukturella faktorer.

Ovan nämndes den kvalitativa forskningens relation till det *subjektiva*. Den kvalitativa forskningens relation till det ”objektiva”, det mätbara, det rigorösa eller exakta och möjligheten att dra valida slutsatser och generaliserbara resultat som sägs känneteckna kvantitativ metod är också föremål för mycket diskussion (Sjöberg, 2008). Crang och Cook (2007) föreslår helt enkelt att det bör vara en uppgift för *alla* forskare att erkänna och hantera sin egen ”situerade subjektivitet” (ibid:13) snarare än att försöka uppnå en omöjligt distanserad ”objektivitet”. När detta väl är gjort blir subjektiviteten mindre av ett problem och mer av en resurs för att nå en djupare förståelse i det egna forskningsarbetet. Katarina Jacobsson (2008:166) föreslår en bred definition av begreppet validitet ”egenskapen att vara solid, rimlig och välgrundad”, vilket kan beskriva egenskaper som är eftersträvansvärda i vilken undersökning som helst.

#### 4:2 Metodval - Intervjuer och observationer i min egen studie

Då mäklarnas subjektiva upplevelse av sin yrkesroll och sina relationer till kunder står i fokus för mitt intresse, har kvalitativa intervjuer tillsammans med observationer utgjort mitt material. Crang & Cook (2007) beskriver svårigheter att nå sensitivitet och ett intersubjektivt utforskande av den intervjuades vardagliga liv vid enskilda intervjuer. En möjlighet att nå ett större djup är att genomföra serier av intervjuer eller att *göra* saker med sina intervjupersoner. Genom *avgränsningen* till ett företag blir min kännedom om den specifika miljön en del av min förförståelse och i intervjuerna kommer jag att gemensamt med mina intervjupersoner kunna fördjupa denna förståelse.

Val av metod för insamling av data betyder att jag som forskare har gjort ett antal teoretiskt färgade antaganden om verkligheten (Lundin, 2008), teorier som inte kan betraktas vara sanna eller falska utan som för ett visst syfte mer eller mindre användbara. Min fråga är: Vilken metod kan innebära att jag får ett material av så god kvalitet som möjligt? Och hur behöver jag arbeta i min metodologiska verksamhet för att uppnå en sådan kvalitet? Genom att välja *ett* företag möjliggörs en djupare förståelse för den specifika miljöns betydelse, för den enskildes upplevelse av handlingsutrymme och yrkesidentitet samt en förståelse för hur den företagskultur som råder kan påverka mina intervjupersoner. Detta rimmar för min del väl med tankar om kvalitativa metoders förtjänster, det är det *specifika* och inte det universella hos ett fenomen som lyfts fram.

Frågorna i en kvalitativ forskning handlar om vad som händer, vad människor gör, vilken mening människor lägger i det de gör. (Gubrium & Holstein, 1997). I intervjuerna har jag ställt frågor, och följdfrågor, som fått den person jag intervjuar att berätta om vardagliga ting och om hur saker görs och upplevs (Crang & Cook, 2007). Det är den som bli intervjuad som är expert på sig själv, sin kunskap, sin förståelse och sina känslor. Forskaren måste kunna sätta sig in i intervjupersonens roll och försöka förstå situationen ur hennes perspektiv (Ryen, 2004). Samtidigt skulle jag säga att jag inte i mina intervjuer velat betona det individuella ”utan på sociala mönster och sammanhang” (Widerberg, 2008, s. 67) I mina intervjuer har jag fokuserat mycket på *hur* - frågor. Hur något praktiseras eller utförs i enlighet med Dorothy E. Smiths tankar om sociologisk forskning (i Widerberg, 2008).

#### 4:3 Tillvägagångssätt

Jag tog inledningsvis kontakt med en person på en central position på ett större fastighetsmäklarföretag i Sverige, en av de två nyckelpersoner som jag också gjort inledande, *mindre strukturerade samtal* med. Jag förklarade mitt syfte med studien, fick ett positivt mottagande och denna person förmedlade sedan namn på drygt 15 yrkesverksamma mäklare. Jag gjorde själv ett urval ur denna lista och ringde upp mäklare för att fråga om de kunde tänka sig att göra en *intervju* med mig. Jag valde att ringa, då min bedömning var att jag annars skulle riskera ett alltför stort bortfall. I några fall lämnade jag meddelande där jag bad personen kontakta mig. Efter att flera av de personer jag ringde upp avböjt deltagande vände jag mig till min andra kontaktperson, som förmedlade ytterligare några namn på

yrkesverksamma mäklare till mig. Jag skrev också mejl till några av de personer jag tidigare kontaktat för att förhöra mig om de trots allt inte skulle kunna delta i min studie, eller för att be dem förmedla ytterligare namn. Ingen av mina två nyckelpersoner vet vilka kollegor som jag intervjuat och de har inte heller försökt styra mitt urval. Under en dag följde jag, i rollen av praktikant, med en av mina intervjupersoner i arbetet på kontoret och i möten med kunder. Detta utgör mina *observationer*. Efter observationerna gjorde jag fältanteckningar och observationsmaterialet kom att bli betydelsefullt för min vidare analys och intervjuarbete.

Min grupp av intervjupersoner kom att bestå av 6 kvinnor och 3 män i åldern 22 till 40 år. Den minst erfarna personen har arbetat mindre än ett år som mäklare och den mest erfarna drygt 15 år. Jag har haft ett *bortfall* då flera personer har avböjt intervjuer och att några svarat nej på min fråga om att följa dem i arbetet. Det är svårt att göra en bedömning av orsaken till detta. En inte alltför långsökt antagande är att mäklare är mycket konkurrensutsatta och att kritiska synpunkter på kunder eller på det egna företaget kan upplevas som svåra att framföra. Eftersom jag arbetar på fastighetsmäklarutbildningen, kan en del personer uppfatta det som att jag kanske ska utvärdera dem i deras arbete? Negativa eller kritiska synpunkter saknas dock inte i mitt material. Här finns synpunkter på arbetstider, på anställningsförhållanden, på utbildningen inte minst och även på ”besvärliga” kunder.

#### 4:4 Metodologiska reflektioner

Katarina Jacobsson (2008) argumenterar för synen på forskning som ett *hantverk*. Ett gediget hantverk känns alltid igen och en forskningsprocess utan ängslan från forskarens sida kan vara ett tecken på bristande förmåga att reflektera över detta egna hantverk och den kritik det kan komma att utsättas för. Med inlevelseförmåga och en kritisk diskussion av hur forskningen kom till och min egen roll i denna tillkomst når man en bra bit på vägen.

I mitt eget arbete har relationen mellan teori och empiri utgjort ett ämne för funderingar. Dramaturgisk ansats och teori om emotionsarbete har varit viktiga utgångspunkter, grundade i min förförståelse, men också i tidigare forskning om service- och säljarbete. Samtidigt ville jag i observationer och intervjuer arbeta utan att vara alltför styrd av teoretiska utgångspunkter, mitt inledande syfte var trots allt att *utforska* ett yrkes vardaglighet. Mina observationer blev mindre omfattande på grund av bortfall. Jag tror att detta gjort att mitt

material och min analys blivit mer teoristyrda, då intervjuerna inneburit en högre grad av strukturering än vad observationer skulle gjort.

Kvalitén på en intervju beror förstås på vilken förmåga jag har att skapa en tillit i mötet, på min förmåga att både lyssna, fråga och utveckla förståelsen för det ämne som står i fokus (Thomsson, 2002). Crang & Cook (2007) menar att intervjuer inte bör betraktas som en separat metod, då all socialforskning inbegriper ett *lärande genom samtal*. Intervjuer kan därmed betraktas som både en formell och en informell forskningsmetod. Både jag och de personer jag intervjuar är vana samtalsledare. Jag har mångårig erfarenhet av att arbeta som vägledare och coach och de är vana att leda samtal med sina kunder. Trots detta är det ingen överdrift att säga att jag vändats då jag lyssnat igenom mina intervjuer. Min samtalsstil är intensiv, och jag upplever att jag i några av intervjuerna ställer för många frågor i rad och att jag även avbryter mina intervjupersoner. Detta till trots upplever jag att jag som forskare lyckas skapa ett klimat som är tillåtande genom min samtalsstil.

#### 4:5 Det empiriska materialet och analysen av detta

Arbetet med att analysera mitt material har skett i flera steg, där den första inneburit en sortering utifrån vissa variabler eller teman som jag uppfattat som centrala. Mitt syfte har varit att förhålla mig empirinära i min analys och detta har inneburit en pendling mellan delar och helhet där helhetsförståelsen varit viktig för mig att förmedla. Karen Davies (1999) beskriver sin erfarenhet av kvalitativ forskning som en kombination av deduktivt och induktivt arbete. Med sig in i forskningsarbetet har man teoretiska idéer och tankar. De teoretiska idéerna är dock inte färdigformulerade, men påverkar medvetet och omedvetet hur man tolkar det man hör och ser. Efter inledande litteraturstudier och kontakter med nyckelpersoner samlade jag in huvuddelen av mitt material. Ett arbetssätt som inneburit en växling mellan läsning, insamling av material och analys (Widerberg, 2002).

##### *Materialet*

Mitt material består av flera slag; mindre strukturerade samtal med nyckelpersoner, kvalitativa intervjuer och observation. Möten med fastighetsmäklarstudenter på Malmö Högskola har utgjort en viktig del av min förförståelse. Särskilt med studenterna på uppdragsutbildningen har jag haft intressanta samtal om möten med kunder, vilka intryck man som mäklare ger, hur kunders förväntningar och behov kan mötas i den professionella rollen

som mäklare. Samtal med mina två nyckelpersoner har bidragit till att jag fått en bild av hur mer centralt placerade personer i organisationen ser på frågor som rekrytering, personalutbildning, yrkets professionalisering, arbetsvillkor och kompetenskrav. Jag har därefter under en dag i *rollen som praktikant*, följt en fastighetsmäklare i arbetet på kontoret och i möten med kunder. Jag har genomfört kvalitativa intervjuer med nio yrkesverksamma mäklare, och dessa har kommit att utgöra huvuddelen av mitt material. Intervjuerna gjordes efter mina observationer, vilket gav mig en förståelse för arbetets organisering och innehåll i arbetet med intervjuerna. Intervjuerna var strukturerade utifrån några frågeområden där mötet med kunden, förberedelse inför kundmöten och gränser i relationer till kunderna utgjort en viktig del. Jag har också ställt frågor om hur det vardagliga arbetet organiseras, om relation till fastighetsmäklarutbildningen och hur det kom sig att intervjupersonen blev mäklare. Bakgrundfrågor har i övrigt handlat om intervjupersonens tidigare arbetslivserfarenhet och om vad föräldrar och syskon arbetar eller har arbetat med. Jag har bitt intervjupersonerna berätta om konkreta möten med kunder, om möten som väckt positiva alternativt negativa känslor. Hur saker *görs* i det dagliga arbetet har stått i fokus för mitt intresse.

Sju av intervjuer spelades in och transkriberades. I två av intervjuerna skrev jag i stället anteckningar under intervjun och dessa anteckningar gick jag sedan igenom direkt efter mitt möte med mäklaren. Analyser av intervjuerna skedde sedan i två steg. Först gjorde jag som ovan sagt en inledande innehållsanalys då jag ville sortera materialet efter vissa teman som jag upplevde som centrala. Jag ville ge mitt eget material en ”chans” (Widerberg, 2002) och inte låta mig vägledas alltför mycket av studier med likartad inriktning.

#### 4:6 Etiska överväganden

Vetenskapsrådets etiska regler för humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning kan sammanfattas i fyra krav: informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 2010). Jag har fått tillträde till miljön genom mina intervjupersoners överordnade för vilka jag är känd som lärare på Malmö Högskola, bland annat på utbildningen för fastighetsmäklare. Jag vet att detta är en viktig faktor för min *möjlighet till tillträde* då fastighetsmäklarföretagen generellt är intresserade av samarbete med utbildningen, delvis som ett led i deras marknadsföring och rekrytering av nya medarbetare. Samtidigt kommer denna min ingång genom deras överordnade att *påverka* mötet mellan mig och mina intervjupersoner. Här ser jag en konflikt i mitt tillvägagångssätt, då jag valt att



försöka nå intervjupersoner *genom* deras organisatoriska hemvist. Val av plats för intervjuerna kommer att påverka både mig och mina intervjupersoner. Jag lät mina intervjupersoner välja plats och i möjligast mån tid för intervjun, och de valde samtliga att möta mig på sin *arbetsplats*.

Jag har tydliggjort för mina intervjupersoner att mitt material kommer att presenteras på ett sätt som *inte* möjliggör identifiering av enskilda personer och att det material som samlats inte kommer att vara tillgängligt för obehöriga. Jag har också informerat mina intervjupersoner om att deras överordnade inte har kännedom om mitt urval. Jag har valt att inte redovisa ett antal kontextuella förhållanden, trots att jag förstår deras betydelse för mina intervjupersoner och därmed för mitt resultat. Om jag presenterade dem skulle företaget bli möjligt att identifiera, vilket här inte varit önskvärt.

## 5. Analys

### 5:1 Inledning

Jag inleder detta kapitel med hjälp av fyra teman som också utgör rubriker i den följande texten; Inramningen, Mötet - att definiera situationen, Mötet – att arbeta med känslor, samt Gränser och tillgänglighet. Texten är organiserad utifrån de teman som jag i min inledande analys av det empiriska materialet fann centrala. Mitt mål har varit att genom ett explorativt arbetssätt undersöka förutsättningar och upplevelser av hur fastighetsmäklare ser på sin yrkesroll och sina möten med kunder. Den inledande observationen gav mig en värdefull inblick i sådana förutsättningar.

*Inramningen* handlar om var fastighetsmäklaren möter sin kund och vilka speciella krav detta ställer på mäklaren avseende den personliga fasaden. Den bakre regionen (*bakom kulisserna*) är för fastighetsmäklaren främst kontoret där mäklarnas emotionella arbete hanteras och där kundmöten för- och efterarbetas.

Förmågan att gripa tag i och behålla *initiativet* i det mötet och därigenom definiera det och skapa ett intryck av *legitimitet* är framträdande i mitt material. Fastighetsmäklarna möter kunder med olika social bakgrund och med olika uppfattningar om vad en fastighetsmäklare *är* och vilken kompetens denne besitter. Frågan om vad fastighetsmäklaren *representerar*

inför sig själv och kunden leder mig till relationen mellan den ”traditionelle mäklare” och den yrkesroll som nu växer fram genom nya utbildningskrav.

Vikten av att kunna läsa och hantera kunder är framträdande i mitt material. Det är förmågor som här delvis konstrueras som *kvinnliga*. Inför kundmöten beskrivs främst *djupt emotionellt* agerande av mina intervjupersoner.

Min avslutande del av analysen handlar om hur fastighetsmäklarna i min studie hanterar frågan om *tillgänglighet* i tid och rum och hur frågan om tillgänglighet i relation till kunderna hänger samman med hur mäklaren identifierar sig med sin yrkesroll.

## 5:2 Inramningen

Mina intervjupersoner har själva fått välja plats för genomförande av intervjun, och samtliga har valt att möta mig på sin arbetsplats. Detta har inneburit att jag ofta tagits emot som en presumtiv kund, då kollegorna på kontoret inte alltid varit informerade om vem jag är. De platser där jag gjort intervjuerna utgör ett av företagets ”skyltfönster”. Mäklarna sitter i en öppen kontorsmiljö med stora fönster ut mot gatan, och ibland har intervjun genomförts i rum som är mer eller mindre öppna med glasrutor som vetter mot resten av lokalerna. Det är dock mera sällan som fastighetsmäklarna har sitt första möte med en kund i den här miljön, kännetecknade för deras första möten är istället att de sker i kundens hem, eller då de visar en lägenhet eller ett hus till försäljning. Många första samtal sker per telefon, på kundens initiativ eller i marknadsföringssyfte.

### *Legitimitet*

Frågan om inramning (Goffman, 1959) för kundmötet utgör enligt min mening en grundläggande förutsättning för att vi ska förstå mäklaren i hennes eller hans arbete. Denna är platsbunden och fastighetsmäklaren kan till skillnad från många andra säljare/professionella, kan inte agera med en sådan *egen* bakgrund eller inramning. Det viktigaste säljmötet för mäklaren är i stället det när han eller hon besöker säljaren i dennes hem. Det är alltså kundens viktiga attribut som mäklaren förhåller sig till och detta innebär alltifrån att mäklaren kanske behöver *dölja* sina åsikter (*taktkänsla*) om hemmet eller huset.

Den personliga fasaden behöver vara tydlig då övrig inramning saknas i mötet. Allt för att skapa en bild av *legitimitet* (Goffman, 1959 s.49). I mina intervjuer ställer jag frågor om kläder och andra attribut, exempelvis mäklarens bil. Hur man som mäklare ska klä sig är föremål för en hel del funderingar hos mina intervjupersoner, oavsett om fokus ligger på kundens förväntningar eller om man beskriver att man har ett *eget sätt* att klä sig, kläder fungerar som ett uttryck för egen individualitet.

”Ja det är ju, egentligen tycker jag inte det är okey att jag har jeans på mig idag. Egentligen tycker jag inte det, men samtidigt blir det för mycket att gå omkring i skjorta och kostymbyxor. Antingen har jag jeans och skjorta eller jeans och kavaj eller lättare tröja och kostym. Det är jättesvårt med kläder, det är otroligt svårt”

### *Bakom kulisserna*

I anslutning till Goffmans (1959) diskussion av främre och bakre regioner (*bakom kulisserna*, s.103) kan konstateras att mäklaren inte har snabb tillgång till en bakre region utan den i stället kan bestå av den egna bilen och därefter förstås firmans kontor. Goffman (ibid) talar om den bakre regionen som en buffert mellan den professionelle och de deterministiska krav som ställs på honom eller henne. Kontoret eller butiken utgör för mäklarna jag möter en sådan bakre region där det sker ett intensivt samspel kring de olika uppdragen. Här ”kalibreras” prisbilder på objekt, här förbereds möten med kunder och här hanteras en del av effekterna av mäklarnas emotionsarbete i och med att kundmötena för – och efterarbetas på kontoret tillsammans med kollegorna. Inför exempelvis en värdering kan förberedelsen innebära att föreställa sig kundens förväntningar på den värderingen, ett *djupagerande* (Hochschild 1983). I ett av de kundmöten jag deltog i hade kunden exempelvis belånat sin fastighet för att göra en renovering och hon befann sig i en situation där mäklarens besked var av yttersta vikt för vidare lånediskussioner med banken. Kunderna har oftast specifika förväntningar på mötet med mäklaren som behöver hanteras. Det arbete som görs på kontoret menar jag utgör ett skydd mot de negativa effekter som mäklarnas kundmöten kan ha i form av *emotiv dissonans*. Under mina observationer lade jag märke till att en del inkommande klagomål behöver hanteras med det slags tålamod som kännetecknar ett organisatoriskt accepterat känslouttryck (se Leppänen, 2006).

### 5:3 Mötet - att definiera situationen

#### *Gripa tag i och behålla initiativet*

Enligt Goffman (1959) innebär det första intrycket att vi som individer projicerar en definition av situationen. Den professionella situationen präglas av en slags asymmetri, där den professionelle, beroende av sin egen socio- ekonomiska status, *behöver gripa tag i och behålla initiativet*. Det är skillnad på de olika slags möten som mäklaren har med sina kunder och i mina observationer lade jag märke till att mäklaren var betydligt mer återhållsam med responsen till kunden under en *värdering* i jämförelse med ett *intagsmöte* senare den dagen.

Den vanligaste strategin för mäklarna i min studie är att ta reda på så mycket som möjligt innan kundmötet och att sedan inleda mötet med att ta reda på ”varför jag som mäklare är här”. Det finns ingen anledning att mäklaren börjar berätta om hur de går tillväga vid en förmedling om kunden bara vill ha en värdering. Kundmötena blir olika men det finns en grundstruktur som mäklaren använder sig av. Utgångspunkten i denna struktur är att inledningsvis *fånga kundens förväntningar*.

”Jag vill börja med att sätta mig ner en stund, vilket läge dom är i och därefter titta på bostaden. Sen vet jag vilka frågor jag ska ställa. Det handlar om att få dom att prata så mycket som möjligt”

Att förhållandet till mäklaren påverkas av kundens sociala bakgrund är något som mina intervjupersoner talar *mindre* om, däremot mer om kundernas kön och ålder. Om någon kund testat mäklaren så är det exempelvis nästan undantagsvis i mina intervjupersoners beskrivningar fråga om en *man* (ofta ”säljare själv”). Det kan också handla om manliga kunder som markerar sin sociala och ekonomiska position genom att förklara att han skulle kunna ombesörja försäljningen själv om bara tid funnes.

En av mina intervjupersoner beskriver ett möte som gick snett så här. Förhållningssättet kan sägas representera en positiv strategi i en diskriminerande situation, där självkänslan hålls intakt (Wahl m.fl. 2001, s. 118)

”Det var en man i 35 års åldern men han kände sig nog inte helt bekväm med... jag var mer en ung snärta som kom för att göra något med föräldrarnas hus, så det var viktigt att det blev så bra som möjligt. Men jag kände redan från början att han hade bestämt sig för att jag var inget att hänga i julgranen. Men att ja, ehh, väldigt mycket testa mig och jag kände redan från början att han kommer aldrig att anlita mig för att han behöver nån gammal gubbe i 50-årsåldern som jobbat som mäklare i 40 år. Det går ju inte... (skratt) så det var väl ett av mina katastrofmöten

men just då när man blir testad, det var kanske mitt tionde möte (som mäklare min ant.) eller nåt sådant så jag blev väldigt osäker själv och det syntes nog tydligt på mig även fast jag försökte verka eller jag hade rätt svar.” ”Ja ett riktigt skräpmöte, då får man alltså jag är ganska öppen och kom tillbaka hit (till kontoret min anm.) skrattade åt det”

Goffman (1959) menar att när vi möter andra individer är vi intresserade av deras socioekonomiska ställning, deras uppfattning om sig själva och om mig, deras kompetens och pålitlighet. I mitt möte med studerande på fastighetsmäklarutbildningen har jag vid ett flertal tillfällen fått intrycket att studenterna förhåller sig till det de kallar den ”gamla yrkesrollen”, äldre, manliga fastighetsmäklare med ett inte alltid respektabelt yrkesutövande. En intressant fråga för mig är om mina intervjupersoner så att säga *förhåller sig* till en sådan tänkt ”schablon” av mäklaren hos kunden? Söker de ge ett *respektabelt* intryck där deras professionella bakgrund synliggörs inför kunden på olika sätt? Några av mina intervjupersoner talar om bilden av den traditionelle mäklaren ”hästhandlaren eller ”bilhandlaren”, bilden av *sälj* som något ”smutsigt” och maskulint märkt. För någon kan det vara en utmaning att med glimten i ögat *spela* lite med den schablonen i mötet med kunden. Det skulle enligt mina intervjupersoner kunna utgöra en *resurs* att vara kvinna i kundmötet då hon slipper förhålla sig till kundens bild av den ”traditionella” manliga mäklaren. (jmf Hochschild, 1983). Att fler kvinnor kommer in i mäklaryrket sammanfaller med kraven på högskoleutbildning, vilket gör frågan om *kön* i mäklaryrket intressant. Vissa förtroenheter som är viktiga för att skapa legitimitet i yrket är samtidigt traditionellt maskulint märkta, exempelvis att *kunna hus*. Det gäller att ha med sig ”gummistövlarna i bakluckan” om man ska ta sig fram över en lerig gårdsplan.

I mina intervjuer är sättet att tala om fastighetsmäklarutbildningen övervägande kritiskt, samtidigt som mina intervjupersoner talar om att det varit nödvändigt och positivt att ställa ett krav på högskoleutbildning för mäklare. Ett problem att man inte tar upp *sälj* på fastighetsmäklarutbildningen, det bidrar till bilden att sälj är något ”icke respektabelt” och till att man som blivande mäklare därigenom inte förbereds för en väsentlig del i yrket. Det som mäklarna i mitt material beskriver som avgörande komponenter i den professionella kompetensen upplevs som *utestängt* i den akademiska utbildningen. Jag håller det för sannolikt att sättet att tala om utbildningen i mina intervjuer, är en spegling av hur det talas om den på företaget och kanske i branschen och att detta speglar en intressant relation mellan branschen och den akademiska utbildningsmiljön.

### *Att skapa ett intryck av legitimitet*

Uppfattningar som kunder och andra i omgivningen kan ha om mäklare är föremål för en del tankar

”Det tror jag är väldigt olika, jätte, jättestor skillnad hur folk tänker. Jag kan säga att många av mina kompisar tycker det är ett jätteglassigt jobb. Tjänar hur bra som helst, de är bara å glida runt ungefär”

Kunder tar ofta upp frågan om mäklarens arvode

”Vissa tar upp lönen, om man då tar betalt. Dom tror att jag får alla dom pengarna, jag får inte ens hälften efter momsen är dragen, sedan ska fotona. Jag kan mycket väl säga, förr så sa jag inget om, men nu säger jag får inget betalt om jag inte säljer, jag hymlar inte med att jag inte har fast lön”

Legitimitet och social status är, menar Goffman (1959), inte en materiell sak som man tar i besittning och sedan ”skyltar med” (s.71). Mina intervjupersoner menar att det mest avgörande för att skapa *legitimitet* i relation till kunden är att komma mycket väl förberedd till mötet. Förutom att snabbt bilda sig en uppfattning om skälet till försäljningen gäller det att ha en prisbild klar, det förväntar sig kunden. Det är enligt mina intervjupersoner en fördel att många kunder är omedvetna om hur mycket mäklarna kan ta reda på om fastigheten, lånebild och annat av vikt. En presentation av en tänkt försäljningsprocess ger sedan bilden av hur komplicerad den processen kan vara och vilka resurser för marknadsföring som mäklaren med sitt företag tillhandahåller. Kunskap om byggnadskonstruktioner och vanliga problem i byggnader från olika tidpoker är också förtroenheter som bidrar till att skapa legitimitet enligt mina intervjupersoner.

#### 5:4 Mötet – att arbeta med känslor

För Hochschild(1983) har det emotionella arbetet tre gemensamma drag. Kontakt ansikte mot ansikte, att den enskilde skall producera ett emotionellt tillstånd hos den andre samt att arbetsgivaren utövar kontroll över den enskildes emotionella aktiviteter genom träning eller övervakning av något slag (s. 95-114). De mäklare jag möter har regelbundna individuella uppföljningsmöten med sina överordnade och de har gått säljutbildningar i företagets introduktionsprogram. Men deras möten med kunder sker på platser där organisationen inte på ett enkelt sätt kan övervaka sina medarbetare.

### *Läsa kunden*

Vikten av att i fastighetsmäklaryrket kunna ”hantera” kunder, att kommunicera och att ”läsa” kunderna och förstå deras behov och önsningar är framträdande i mitt material, ”*man får leva med dom*”. Skälet till bostadsbyte kan variera; skilsmässor, dödsfall, första bostaden, sälja huset och köpa en lägenhet. Det gäller att vara förberedd på olika slags möten med människor i vitt skilda situationer.

”Man kommer ju väldigt nära människor, både på gott och ont får ju en nära relation till människor, säljare speciellt”

”Sen så förbereder jag mig inte jättemycket på själva mötet med människor utan det tar jag när jag kommer dit. Jag försöker avdramatisera det så mycket som möjligt för många har en uppfattning om mäklare att det är lite högtidligt” ”Men sedan är det ju viktigt att se alla. Om dom har barn eller hundar så är det viktigt att se alla”.

Andra intervjupersoner beskriver sina förberedelser inför mötet genom det som Hochschild (1983) benämner *djupagerande*. Vid djupt emotionellt agerande är de känslor som uttrycks resultat av en frammanad känsla och de blir då ett resultat av ett arbete med känslor. Ett exempel på detta kan vara fastighetsmäklaren som på väg till ett kundmöte lyssnar på bra musik på radion eller tittar på en särskild film för att komma i ”rätt känsla” eller stämning och till ”rätt attityd”

”man har nog sina rutiner kanske ..., jag lyssnar nog alltid på radio på vägen dit, försöker leta upp någon bra musik, gärna något ösigt ... så man är lite uppe när man kommer dit. För ofta är det ju sex på kvällen eller sju på kvällen efter en visning och sådär, så man får ju inte visa att man egentligen vill hem. Det är jätteviktigt”

Fastighetsmäklaren kan ofta redan under telefonsamtalet höra på kundens röstläge vilken omständighet som råder och kan genom detta bilda sig en uppfattning om det kommande mötet.

”Först har man ju pratat med dom i telefon, börjat bilda mig en uppfattning om personen. Ofta hör man ju på röstläget om dom är ledsna, glada, stressade eller strikta. Man kan redan där nästan kategorisera dom lite grann. Redan där vet man och klart tar man ju anteckningar kring detta, och om dom ser fram emot försäljningen eller inte och sen så är det klart så sonderar jag terrängen och tittar lite tillbaka vad har sålts, vad kan man förvänta sig..”

## *Livserfarenhet*

Jag urskiljer olika sätt att tala om förmågan i relation till den egna personen: *intuition*, *livserfarenhet* och *personlig förmåga* att ta folk.

”jag har hållit på så länge att jag läser dom rakt igenom, jag vet precis, intuition. Jag känner igen kroppsspråk och tonläge, ansiktsuttryck sådant som dom inte själva ser. Jag är alltid inställd på känsligt läge. Det räcker med väldigt lite för mig för att jag ska känna och uppfatta saker. Behöver inte vara så starka bevis för saker, jag känner, tar upp det väldigt snabbt, i mig själv. Jag tar aldrig fel utan det blir som jag har tänkt mig”

De mäklare som har längre erfarenhet eller som är äldre talar om sin *livserfarenhet* som en viktig del i sin kompetens. Någon uttrycker sin förvåning över att så många av kurskamraterna på utbildningen var så unga, det måste vara svårt att klara av yrket och mötena med kunder utan den livserfarenheten. Att kunna relatera till livets olika aspekter och skeden är en tillgång, ”*man kan relatera till allt*.”

”säger oftast till kunden var vänlig och ta fram olika datum och olika dagar och tider som du kan, så ska jag jämföra med min kalender. Så genom att ge... genom att de får återkomma med ett antal förslag så är det alltid något förslag som passar dom. Dom får komma med ett antal förslag så det blir fortfarande på deras initiativ, men jag kan säga att där passar det mig. Så jag älskar ju psykologi, och genom att inte stenstöpa det direkt genom att ge en tid... och det har alltid fungerat”

Den som är yngre tvingas också ibland möta kunders reaktioner på den egna åldern. En fördel i situationen kan vara att många kunder inte är medvetna om hur väl förberedd mäklaren är till sitt möte. Tillsammans med en förmåga att arbeta med sina egna känslor kan detta kompensera för kundernas uppfattning om den låga åldern.

IP: ”Jag är en väldigt känslös person och det får man väl styra in sig själv. Ok nu är jag på det här, nu kanske jag ska vara mer sansad och ja, inte så glad och alert. Inte alltid bra även om det är bra i andra fall... det får man styra väldigt”

I: är det jobbigt att styra?

IP: nehej, det tycker jag inte eller... jag tycker det är bra att vara känslig själv för då har man större förståelse för att men Gud vilken situation den är rolig de har köpt sitt första hus vad kul för dom. Jag tror det är bra att försöka känna med personerna så mycket som det går.”



### *Konstruktioner av kön – förmågan att förstå kunden*

Förmågan att *förstå kunden* innebär också en mer stabil grund att stå på då det inte går så bra eller då man inte får uppdraget och detta behöver utvärderas. Mina intervjupersoner menar att den som saknar en stabil självkänsla lätt hamnar i en nedåtgående spiral när uppdragen blir få. Möten som fungerar och leder till resultat ger ofta en ”god magkänsla” redan på plats. Man brukar kunna se hur andra människor ”speglas” i mötet och vad de har för uppfattningar och känslor för saker och ting. Förmåga att förstå den andre beskrivs av mina intervjupersoner som något som finns i dem själva, med livserfarenhet förvärvad eller med personlig förmåga. Det är inget som de ”lärt” sig på någon utbildning. I mitt material konstrueras dessa egenskaper i viss mån också som kvinnliga. Detta gäller särskilt mina manliga intervjupersoner, som talar om att kvinnor har lättare för att sätta sig in i vissa av de situationer som kunderna befinner sig i och att manliga mäklare är mer inriktade på ”sälj”. Kvinnor är kanske lite mjukare i sina kundmöten, lite mer lyhörda.

”om du ska sälja åt en änka eller ensamstående med två barn tror jag absolut att en kvinna kan ta det mötet bättre. Hon kan sätta sig in i situationen bättre än vad en man kan göra, det tror jag faktiskt”

En av mina utgångspunkter i studien har varit frågan om att fler kvinnor kommer in i fastighetsmäklaryrket. I mitt material finner jag en del konstruktioner av kön, hur kön symboliskt tillskrivs vissa egenskaper, egenskaper som också beskrivs som mycket värdefulla för yrkesutövningen. Jag utgår ifrån att kön konstrueras i mötet mellan kund och mäklare, men ett intervjumaterial innebär begränsningar när det gäller att få ”syn på” *hur* den konstruktionen sker, därtill skulle observationer fungera bättre som metod. Jag finner det intressant att den ”traditionelle mäklaren” i mitt material representerar ett maskulint märkt ”icke respektabel” yrkesroll och yrkesutövande.

### *Ytligt emotionellt agerande och relationen till yrkesrollen*

Det är sällan att mina intervjupersoner beskriver känslomässigt *ytagerande* men för någon som bor och arbetar i samma område som sina kunder kan mötet ske i mataffären runt hörnet en lördag.

”Nu måste jag tänka. Jag måste le en extra gång för log någon mot dej var du så trött, men nu kan det vara någon (kund, min anm) Hej! Hur dåligt jag än mår så måste jag och hur trött man än är så är det någon man känner igen”

De mäklare jag möter i min studie uttrycker genomgående att de upplever sig som autentiska när de agerar i sin yrkesroll. Sådär beskriver en av mina yngre intervjupersoner sin upplevelse av yrkesrollen:

”Nu med detta yrket har det ju blivit att man har blivit en annan person. Man växer ju in i det och på så sätt har jag ju ändrat mig. Nu tror jag att jag är mig själv när jag är ute. Det var jag inte på dom första mötena. Jag kan ju själv känna att jag har ändrat mej”

Jag vill här anknyta till Ashforths och Tomiuks (2000) resonemang om att både yt- och djupagerande kan användas för att upprätthålla en värderad yrkesidentitet. De fastighetsmäklare jag möter upplever sällan att de inför kunderna behöver upprätthålla organisatoriska normer som de misstycker med. Det finns dock arbetsuppgifter som kan uppfattas som svåra i relation till den yrkesroll man förväntar sig ha; att ringa *kalla samtal*, då mäklaren ringer till personer som de inte alls vet om det finns ett intresse av kontakt med fastighetsmäklare, eller att dela ut reklamblad. I sämre tider kan den slags arbetsuppgifter öka, och det kan beskrivas som något som väcker känslor av skam; att vara en försäljare som vilken försäljare som helst. Sådana möten kan, i likhet med mötet i livsmedelsaffären, framkalla *emotionell dissonans*. Denna tycks med mitt material som grund dock inte vara så frekvent hos mina intervjupersoner och det tycks kompenseras av det inflytande eller upplevelse av kontroll de har i sin arbetssituation.

## 5:5 Gränser och tillgänglighet

”Mäklare är en livsstil, man skapar sig en personlighet som baseras till hundra procent på en själv där vissa sidor utvecklas”

Hochschild diskuterar tre olika förhållningssätt till arbetet som individen kan anta i relation till sitt arbete (1983); i det första identifierar sig individen alltför helhjärtat med arbetet, i ett andra gör den enskilde en klar åtskillnad mellan sig själv, sin identitet och sitt arbete och i det tredje är individen alltför oengagerad i arbetet med risk att uppfattas som cynisk i relation till de personer hon skall hjälpa. Christena Nippert-Eng (1996) ser två idealtypiska poler för

gränssättning där en innebär en uppdelning av livet och den andra innebär en långt driven integration (i Allvin, 2006, s.126).

### *Olika strategier*

I mitt material finner jag enkelt uttryckt två strategier när det gäller gränser mellan arbete och övrigt liv. Den första strategin är att *blanda in* arbete i övriga livet, och för den delen det övriga livet i arbetet. Ett förhållningssätt som jag också relaterar till en *hög grad av identifikation* med yrkesrollen. Det andra innebär att man som mäklare försöker sätta gränser för hur tillgänglig man är för kunden, vilket främst tar sig uttryck i hur mäklaren hanterar sin telefon och ”blockar” sin kalender. I anslutning till detta finner jag också gränsen så att säga explicitgörs i tid och rum vilket sammanhänger med upplevelsen av att *behöva* vara tillgänglig för andras behov. De mäklare jag möter arbetar förutom ”vanlig” kontorstid även 2-4 kvällar per vecka samt söndagar. På söndagar är det traditionsenligt visningar som gäller, en uppgift som beskrivs som mindre krävande även om denna inbegriper att etablera relationer till presumtiva kunder (många av dem som tittar på objekt säljer också). På kontoret ringer mäklarna en mängd samtal och man tar också emot många samtal av olika art. Det kan vara kunder som har frågor om en aktuell budgivning, eller som ska boka sig på en visning. Men det är också frågor om stort och smått, varav en del som inte på ett självklart sätt hör hemma på mäklarens bord. Det kan vara klagomål på trasiga tvättmaskiner, söndriga kakelplattor eller undermålig flyttstädning.

### *Blanda arbete och övrigt liv*

En långtgående integrering innebär att mäklaren är tillgänglig i praktiken hela tiden, även på semestern eller i den lokala livsmedelsbutiken. Genom att följa inkommande mejl och missade samtal upplever dessa personer att deras stress minskar eller undviks, samtidigt som de inte riskerar att missa viktiga samtal. Det mesta går enligt dem snabbt att åtgärda med ett svar eller ett samtal och arbete samlas därigenom inte på hög. Telefonen stängs aldrig av och mäklaren svarar i princip alltid eller återkommer så snart som möjligt. Under intensiva perioder (budgivningen är exempel på intensiva skeden då tillgängligheten behöver vara i princip obegränsad) kan det störa ”*men å andra sidan har jag betalt för att vara tillgänglig hela tiden för dem*”. Att ”blanda” arbete och övrigt liv innebär också en möjlighet att använda sig av den frihet som yrket kan erbjuda. Man kan göra arbete hemifrån, ringa svåra samtal,

hämta på dagis och jobba färdigt på kvällen. Man kan ta en lunch med en vän och gå till frisören på dagtid.

”Jag mår bra av att ha koll nu när tekniken är sådan att man har mail och allting i telefonen så kan jag ha koll och jobba hemma. Vissa tycker det är stressande för dom tycker dom jobbar hela tiden, men om jag vet att jag har 7 mail och jag vet vad det är, så vet jag till i morgon och det är inget som tar tid från barnen att jag går och kollar den”

Att blanda arbete med övrigt liv beskrivs av några av mina intervjupersoner som ett sätt att ”slippa” uppehålla sig vid gränssättning och förväntningarna på gränser och i stället *leva med* arbetet. Mina intervjupersoner arbetar oftast ensam med sina uppdrag och det finns ingen som kan ersätta om man inte själv är på plats. Både kvinnor och män i min studie intar denna strategi.

IP: ”jag tror att jag får väldigt nöjda kunder i och med att jag svarar så sent på kvällen alla dagar i veckan”

I: Stressar det inte dig?

IP: ”neej, han (barnet min anm.) är ju så liten. Går det inte att svara så svarar jag inte men då kanske jag ringer upp en halvtimme senare, och de (barnen) kan märka att datorn är uppe ständigt där hemma, att jag svarar på mail när det klickar in så får jag det gjort.”

I: Känner du att du är en stressad person?

IP: mindre stressad nu, när jag inte öppnar min dator längre och det rasslar in 100 mail på en gång, för jag har ju betat av det under hela dygnet utan å känna att det är ett jobb”.

Att själv bo på den ort där man är verksam är något som kan ses som en aspekt av en långt gången integrering mellan arbete och övrigt liv. Några av mina intervjupersoner gör det och upplever det som en stor fördel i relation till både kunderna (som uppskattar lokalkännedom) och det egna livet (promenadavstånd till visningar).

*Lite regler måste man ha – försök att sätta gränser i tid och rum*

Det andra förhållningssättet innebär att mäklaren sätter gränser för sin tillgänglighet och bland mina intervjupersoner är det i mitt material främst kvinnor som intar detta.

”efter kl 7 svarar jag ju inte i telefon på vardagar ja, för då anser jag att då vill jag vara hemma, då vill jag inte... och det kan vänta till dagen efter annars får dom faktiskt ringa mig tidigare. Lite regler måste man ha!”

På lördagar kopplar någon om telefonen till privat läge. Telefonen är med men

”Visst kollar jag ibland, men då ska det vara för att jag själv vill kolla, och inte för att det ringer...”

Förhållningssättet påverkas av mängden uppdrag. I tider av ”lågkonjunktur” kan strategin upplevas som vanskelig. En avvägning måste också göras avseende hur viktigt telefonsamtalet eller mejlet kan vara. I mitt material är det ett förhållningssätt som i högre grad tycks kräva att mäklaren förklarar för kunderna vad tjänsten innebär när kunden inte är med. Yrkesrollen innebär att det som i realiteten *görs* för kunden behöver dramatiseras, då det huvudsakligen är dolt för denne. (Goffman, 1959, s. 35). Tjänsten behöver *synliggöras* för kunden genom olika slags återkopplingar exempelvis kring hur budgivningen framskrider. Under mina observationer lägger jag märke till den förmåga att hantera *kundernas förväntningar på tillgänglighet* som mina intervjupersoner utvecklar.

Det finns de kunder som tycker att mäklarna ska vara tillgängliga alltid, och då får man markera.

”man får vara lite hårdare mot dom så här gäller det och vi måste få den ledigheten (över helgen min anm.) annars kan vi inte göra ett bra jobb”

Det intressanta i mitt material är att den gräns för arbetet som mäklarna sätter hela tiden vägs mot den ekonomiska nyttan av att vara tillgänglig.

## 6. Sammanfattning

Jag vill nu återkoppla till mina inledande frågeställningar för att diskutera några väsentliga delar i mitt resultat:

### *Ett dramaturgiskt perspektiv*

En av mina inledande frågor i arbetet var hur fastighetsmäklaren förbereder sig inför mötet med sina kunder och om ett dramaturgiskt perspektiv skulle kunna bidra till en förståelse av denna viktiga aspekt av yrket. Mötet med kunden är ju avgörande för mäklarens försörjning, då flertalet av mina intervjupersoner har individuellt baserad provisionslön. *Inramningen* handlar om var fastighetsmäklaren möter sin kund och vilka speciella krav detta ställer på mäklaren avseende den personliga fasaden. Den bakre regionen (*bakom kulisserna*) är för fastighetsmäklaren främst kontoret där mäklarnas emotionella arbete hanteras och där

kundmöten för- och efterarbetas. Tillgången till den bakre regionen menar jag med mitt material som grund utgör ett skydd mot de negativa effekter som mäklarnas kundmöten kan ha i form av *emotiv dissonans*. Under mina observationer lade jag märke till att en del inkommande klagomål behöver hanteras med det slags tålamod som kännetecknar ett organisatoriskt accepterat känslouttryck (se Leppänen, 2006).

Förmågan att gripa tag i och behålla *initiativet* i det mötet och därigenom definiera det och skapa ett intryck av *legitimitet* är framträdande i mitt material. Fastighetsmäklarna möter kunder med olika social bakgrund och med olika uppfattningar om vad en fastighetsmäklare är och vilken kompetens denne besitter. Kundmötena blir olika men det finns en grundstruktur som gör att mäklaren använder sig av. Utgångspunkten i denna struktur är att inledningsvis *fånga kundens förväntningar*.

Jag menar att en *dramaturgisk teoretisk ansats* varit mycket fruktbar för att studera ämnet för denna studie. Mina observationer har blivit betydligt mindre omfattande än jag inledningsvis tänkte mig, och jag tror att jag med hjälp av ett mer utvecklat etnografiskt arbetssätt skulle kunna utforska ämnet ytterligare med ett intressant resultat.

### *En ny professionell identitet?*

Frågan om vad fastighetsmäklaren *representerar* inför sig själv och kunden leder mig till relationen mellan den ”traditionelle mäklare” och den yrkesroll som nu växer fram genom nya utbildningskrav. Mina intervjupersoner uttrycker sig positiva till att krav på högskoleutbildning numera ställs. Samtidigt talar mina intervjupersoner i övervägande *kritiska* termer om fastighetsmäklarutbildningen. Ett problem enligt mina intervjupersoner är att man inte tar upp *sälj* på utbildningen, det bidrar till bilden att sälj är något ”icke respektabelt” Det som mäklarna i mitt material beskriver som avgörande komponenter i den professionella kompetensen upplevs som *utestängt* i den akademiska utbildningen och detta speglar enligt min mening en intressant relation mellan branschen, den akademiska utbildningsmiljön och mäklarnas professionella identitet.

### *Konstruktioner av kön- att hantera kunder*

Den andra av mina frågor handlade om hur mäklarna använder sig av *emotionellt arbete* i sina relationer till kunderna. Vikten av att kunna läsa och hantera kunder är framträdande i mitt material och det är förmågor som till del konstrueras som *personliga*: egenskaper som livserfarenhet, intuitiv förmåga och en god självkänsla. Inför kundmöten beskrivs främst *djupt*

*emotionellt* agerande av mina intervjupersoner, förberedelsen inför kundmötet beskrivs som avgörande och innebär att ta reda på en mängd fakta om objektet, om prisbild och annat. Men det innebär också att förbereda sig emotionellt. I mitt material finner jag en del *konstruktioner av kön*, hur kön symboliskt tillskrivs vissa egenskaper, egenskaper som också beskrivs som mycket värdefulla för yrkesutövningen. Jag utgår ifrån att kön konstrueras i mötet mellan kund och mäklare, men ett intervjumaterial innebär begränsningar när det gäller att få ”syn på” *hur* den konstruktionen sker, därtill skulle observationer fungera bättre som metod. Jag finner det intressant att den ”traditionelle mäklaren” i mitt material representerar ett maskulint märkt ”icke respektabel” yrkesroll och yrkesutövande.

### *Yrkesidentitet och emotionellt arbete*

De fastighetsmäklare jag möter upplever sällan att de inför kunderna behöver upprätthålla organisatoriska normer som de misstycker med. Det finns dock arbetsuppgifter som kan uppfattas som svåra utifrån förväntningar på yrkesrollen. Exempelvis att kontakta personer som de inte alls vet om det finns ett intresse av kontakt med fastighetsmäklare. Detta kan väcka känslor av skam; att vara en försäljare som vilken försäljare som helst. Sådana möten kan, i likhet med mötet i livsmedelsaffären, framkalla upplevelser av *emotionell dissonans*, men detta tycks med mitt material som grund inte så frekvent hos mina intervjupersoner och det tycks kompenseras av det inflytande eller upplevelse av kontroll mäklarna har i sin arbetssituation. Jag vill här anknyta till Ashforths och Tomiuks (2000) resonemang om att *både yt- och djupagerande kan användas för att upprätthålla en värderad yrkesidentitet*.

### *Tillgänglighet och gränser*

Den avslutande delen av analysen handlar om hur fastighetsmäklarna i min studie hanterar frågan om *tillgänglighet* i tid och rum och hur frågan om tillgänglighet i relation till kunderna hänger samman med hur mäklaren identifierar sig med sin yrkesroll. I mina observationer lade jag märke till hur betydelsefull förmågan att hantera kundernas krav på tillgänglighet är. En strategi är att *blanda in* arbete i övriga livet, och för den delen det övriga livet i arbetet. Ett förhållningssätt som jag relaterar till en *hög grad av identifikation* med yrkesrollen. Den andra innebär att mäklaren försöker sätta gränser för hur tillgänglig man är för kunden, vilket främst tar sig uttryck i hur mäklaren hanterar sin telefon och ”blockar” sin kalender. Här försöker mäklaren att sätta gränser för kunderna, vilket innebär att de behöver förklara sin

arbetsituation för dessa. I mitt material beskrivs strategin som beroende av hur konjunkturen på bostadsmarknaden ser ut.



## Litteratur

Abiala, Kristina (2000) *Säljande Samspel. En sociologisk studie av privat servicearbete*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Allvin, Michael; Aronsson, Gunnar; Hagström, Tom; Johansson, Gun och Lundberg, Ulf. (2006) *Gränslöst arbete – socialpsykologiska perspektiv på det nya arbetslivet*. Malmö: Författarna och Liber

Alvesson, Mats & Due Billing, Yvonne (1997) *Understanding Gender and Organizations*. London: SAGE

Ashforth, Blake E. and Tomiuk, Marc A. (2000) 'Emotional labour and Authenticity: Views from service agents' i: Stephen Fineman (red). *Emotion in Organizations* (s 184-203) Second edition. London : SAGE

Brante, Thomas (2009) 'Vad är en profession? – Teoretiska ansatser och definitioner.' I; Lindh, Maria (red) *Profession och vetenskap – idéer och strategier för ett professionslärosäte*. s. 15-34. Vetenskap för profession. Rapport nr 8 (:09) Borås: Responstryck

Brinkman, Johannes (2009) *Putting Ethics on the Agenda for Real Estate Agents*. Journal of Business Ethics 88:65-82. DOI 10.1007/s 10551-009-0099-8

Crang, Mike & Cook, Ian (2007) *Doing Ethnographies*. London: SAGE Publications Ltd.

Dahlgren, Lars och Starrin, Bengt (2004) *Emotioner, vardagsliv & samhälle – En introduktion till emotionssociologi*. Malmö: Liber

Davies, Karen (1999) 'Närhet och gränsdragning – att nå andra sorters kunskaper genom deltagande observation' i; Sjöberg, Katarina (red) *Mer än kalla fakta. Kvalitativ forskning i praktiken*. S. 128-145 Lund: Studentlitteratur

Davies, Karen. (2001) *Disturbing Gender. On the doctor-nurse relationship*. Lund Studies in Sociology Vol. 4.

Esseveld, Johanna (2008) 'Reflexivitet, kvalitativ forskning och samhällsvetenskap' i; Sjöberg, Katarina och Wästerfors, David (red.) *Uppdrag: Forskning*, s.184-214. Malmö: Liber AB

*Fastighetsmäklaren* (2001) Ett magasin från Mäklarsamfundet. Nummer 1 februari 2010

Fastighetsmäklarnämnden (2009) *Utbildningskrav för att kunna bli registrerad som fastighetsmäklare enligt fastighetsmäklarnämndens föreskrifter om krav för registrering av fastighetsmäklare* (FMN 2008.1)

Fineman, Stephen (2007). Second edition. 'Emotional Arenas Revisited' i; Fineman, Stephen (red) *Emotion in Organizations*. (s. 1-24) London: SAGE

- Fineman, Stephen. (2008) *Understanding Emotion at Work*. London: SAGE Publications Inc.
- Goffman, Erving (1959) *Jaget och maskerna. En studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Prisma
- Gubrium, Jaber.F. & Holstein, James.A. (1997) *The New Language of Qualitative Method*. Oxford University Press.
- Hochschild, Arlie Russel (1983) *The Managed Heart – Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press
- Hochschild, Arlie Russel (1997) *The Time Bind. When Work becomes Home and Home Becomes Work*. New York: Henry Holt & Co
- Holm, Ulla. (2001) *Empati – Att förstå andra människors känslor*. Stockholm: Ulla Holm och bokförlaget Natur och Kultur
- Jacobsson, Katarina. (2008) ”Den svårfångade kvaliteten”. i; Sjöberg, Katarina och Wästerfors, David (red.) *Uppdrag: Forskning*, s.162-183. Malmö: Liber AB
- Jackall, Robert (2000). ‘A Detective’s Lot. Contours of Morality and Emotion in Police Work’ i; Stephen Fineman (red). *Emotion in Organizations* First published 2000 Second edition London : SAGE (s. 227-240)
- Jingryd, Ola och Segergren, Lotta (2009) *Fastighetsförmedling*. Solna: Mäklarsamfundet Service i Sverige AB
- Leppänen, Vesa (2006) ’Känslor i arbete med människor’ i; Petersson, Harry, Leppänen, Vesa, Jönsson, Sandra, Tranquist, Joakim (red) *Villkor i arbete med människor – en antologi om human servicearbete*. S. 77-110 Arbetsliv i omvandling 2006:4. Stockholm: Arbetslivsinstitutet
- Leppänen, Vesa och Sellerberg, Ann-Mari (2010) *Normer om att vara trevlig och säljande. En undersökning om livsmedelsbutiken, bensinstationen och elektronikbutiken*. Malmö: Bokbox Förlag
- Lindgren, Carina och Schlyter, David (2005) *När kunden inte ser... - En studie om känslor i kundmöten*. C-uppsats i Arbetsvetenskap. Institutionen för ekonomi Arbetsvetenskap
- Lindgren, Gerd och Olsson, Eva (2008). ’Emotionellt arbete med förhinder’ i Wettergren, Åsa, Starrin, Bengt, Lindgren, Gerd (red) *Det sociala livets emotionella grunder*. S. 123-144 Malmö: Liber
- Lundin, Elin. (2008) ”Konsten att hitta sin teori”. i Sjöberg, Katarina och Wästerfors, David (red.) *Uppdrag: Forskning*, s. 85-113. Malmö: Liber AB
- Nippert Eng, C. E. (1996) *Home and Work: Negotiating Boundaries through Everyday Life*. Chicago: University of Chicago Press

Persson, Anders (2000, 2003). *Social kompetens. När individen, de andra och samhället möts*. Lund: Studentlitteratur.

Ryen, Anne (2004) *Kvalitativ intervju – från vetenskapsteori till fältstudier*. Malmö: Liber

Sjöberg, Katarina (2008) "Forskaren och fältet", i Sjöberg, Katarina och Wästerfors, David (red.) *Uppdrag: Forskning*, s.15-40, Malmö: Liber AB

SOU 2004:43. *Den könsuppdelade arbetsmarknaden*. Betänkande av utredningen om den könssegregerade svenska arbetsmarknaden.

Thomsson, Heléne (2002) *Reflexiva intervjuer*. Lund: Studentlitteratur

Vetenskapsrådet: (nedladdat 2010-12-28)

[http://www.ibl.liu.se/student/bvg/filarkiv/1.77549/Forskningsetiska\\_principer\\_fix.pdf](http://www.ibl.liu.se/student/bvg/filarkiv/1.77549/Forskningsetiska_principer_fix.pdf)

Wahl, Anna, Holgersson, Charlotte, Höök, Pia och Linghag, Sophie (2009) *Det ordnar sig. Teorier om organisation och kön*. Lund: Studentlitteratur AB

Webb, James R. (2000) *An Inquiry into the Professional Self Image of Real Estate Agents*. JRER. Vol. 20/no. ½ - 2000

Wettergren, Åsa, Starrin, Bengt och Lindgren, Gerd (2008) 'Känslornas återkomst i socialvetenskaperna' i; Wettergren, Åsa Starrin, Bengt, och Lindgren, Gerd (red) *Det sociala livets emotionella grunder*. S. 11- 28 Malmö: Liber

Widerberg, Karin (2002/2008) *Kvalitativ forskning i praktiken*. Malmö/författaren: Studentlitteratur