

Södertörns högskola | Institutionen för Samhällvetenskap
Kandidatuppsats 15 hp | Sociologi | Höstterminen 2012 Programmet
för personalvetarprogrammet

Vad är kläder?

- Klädkodens betydelse vid en rekryteringsprocess

Av: Cecilia Cahp och Diana Eklöf
Handledare: Lars Holmberg

Sammanfattning

Vårt huvudsakliga syfte med denna uppsats är att ge läsaren insikt i vad kläder och klädkoder egentligen betyder på en mer abstrakt nivå. Framförallt vill vi analysera detta ämne med hjälp av en strikt affärsmässig klädkod i samband med social interaktion. Specifikt har vi valt att utgå från en rekryterares och en arbetssökandes interaktion vid en intervjusituation. Som metod har vi valt att tillämpa en kvalitativ litteraturstudie och en avgränsad fallstudie. Vårt huvudsakliga perspektiv genom uppsatsen är symbolisk interaktionism. Resultatet pekar på att klädkoden påverkar relationen mellan rekryterare och arbetssökande vid en arbetsintervju. Klädkoden skapar ett visst intryck som i sin tur leder till aktörernas uppträdande, bedömning samt kommunikation gentemot varandra.

Nyckelord: Klädkod, Interaktion, Symbol, Roll

Abstract

Our main purpose of this paper is to give the reader an insight into what clothes and dress codes really mean on a more abstract level. Mainly, we want to analyze this topic with the help of a businesslike dresscode in the context of social interaction. Specifically, we have chosen to use a recruit officers and a job seeker interaction in an interview situation. The method we have chosen to apply is a qualitative literature review and a limited case study. Our main perspective throughout the paper is symbolic interactionism. The results indicates that the dress code affects the relationship between recruiter and job seeker at a job interview. The dress code creates a certain impression, which in turn leads to candidate behavior, assessment and communication.

Keywords: Dress Code, Interaction, Symbol, Role

Populärvetenskaplig sammanfattning

Syftet med denna uppsats är att ta reda på om och på vilket sätt klädseln har betydelse för utfallet av en anställningsintervju. Det vill säga om vad en individ har på sig spelar någon roll för hur ett samtal utspelar sig etcetera. Framförallt fokuserar vi på en speciell affärsmässig klädstil som somliga måste ha på sig i sitt arbete och hur denna påverkar relationen mellan en rekryterare och en arbetssökandesökande vid en arbetsintervju. I delen som kallas för metod beskriver vi hur vi har gått tillväga för att för att komma fram till svaret på vår fråga, vilket vi har gjort med hjälp av en litteraturstudie och en mindre fallstudie. Detta innebär att vi granskar flera tidigare studier om kläder och illustrerar exempel på hur en intervjusituation kan gå till. Vi har kommit fram till att klädseln har betydelse för både en rekryterares och en arbetssökandes beteende samt deras kommunikation sinsemellan. Detta är viktigt att belysa för företag så väl som privatpersoner, att det inte endast är en persons kvalifikationer som är avgörande för om man får ett arbete eller inte, utan att också klädeslen har påverkan på utfallet.

Innehållsförteckning

1. Introduktion	0
2. Syfte och frågeställningar	3
2.1 Syfte	3
2.2 Frågeställning	3
3. Avgränsningar	3
4. Tidigare forskning	4
4.1 Om klädkodens påverkan	4
4.2 Fastighetsmäklarens klädsel – hur påverkar den kunden?	5
4.2.1 Kundperspektivet	7
4.2.2 Mäklarperspektivet	8
4.3 Sammanfattning av tidigare forskning	9
5. Teoretisk analysverktyg	10
5.1 Symbolisk interaktionism	10
5.2 Identitet	14
5.3 Maktperspektiv	16
6. Metod	17
6.1 Motivering	17
6.2 Genomförande	18
6.3 Urval	19
6.4 Realiabilitet och validitet	20
7. Litteraturstudie	20
7.1 Klädernas betydelse	20
7.2 Analys av litteraturstudie och teorier	24
8. Fallstudien	27
8.1 Fall 1	27
8.2 Fall 2	27
8.3 Analys av fallen	28
9. Avslutande diskussion	30
10. Framtida forskning	35
11. Referenser	36
11.1 Litterära referenser	36
11.2 Elektroniska referenser	36

12. Bilagor	41
12.1 Bilaga 1	41
12.2 Bilaga 2	43

Förord

Vi vill börja med att tacka vår handledare Lars Holmberg som har stöttat och hjälpt oss genom hela processen. Vi vill poängtera att vi tar gemensamt ansvar för allt som står i uppsatsen. Mestadels av arbetet har vi utfört tillsammans dock har Diana tagit mer ansvar för avsnittet som heter tidigare forskning medan Cecilia tagit på sig extra ansvar för rubriken diskussion. Övriga delar har vi som sagt arbetat med lika mycket.

Cecilia och Diana

1. Introduktion

Förr i tiden var kläder och mode någonting som i första hand var aktuellt för adeln och kungligheter. Med sina dräkter och prestigefyllda utsmyckningar markerade dessa personer sin status och sociala grupptillhörighet för omgivningen. Dock, i samband med framväxten av det moderna samhället, har allt fler fått möjlighet att köpa olika typer av kläder och på så vis visa sin sociala tillhörighet. I dagens samhälle "tvingas" även de som inte bryr sig, att på något sätt förhålla sig till en form av klädstil och då kanske framför allt på sitt arbete. Allt fler företag inför idag regler för hur anställda får klä sig respektive inte klä sig, för att framstå representativa och professionella som möjligt. Detta har inneburit att det har blivit allt mer vanligt att företagen infört så kallade "dresscodes". Samtidens enorma utbud av olika klädesplagg och kanske framförallt den valfrihet som majoriteten av individer idag har att själva välja vilka kläder de vill köpa samt ha på sig tenderar eventuellt att antingen gå hand i hand eller "krocka" med olika organisationers varumärken. Varumärket är en verksamhets viktigaste tillgång och den får inte "hotas". Det vill man lösa genom att även sätta "etikett" på sina anställda och därmed förknippas också medarbetarna med ett företags varumärke och dess image.

Ett klassiskt exempel är verksamheterna inom bankvärlden. Idén om att dessa former av organisationer bygger på trovärdighet etablerades tidigt i kundrelationen med hjälp av byggnader, så kallade "bankpalats". Exempel på detta är Handelsbanken i centrala Stockholm. Med tanke på dagens nya banklokaler samt det faktum att i princip alla våra bankärenden idag kan genomföras via internet, resulterar det i att det blir allt viktigare att personalen istället för fastigheterna får representera bankens trovärdighet. Några som har fått och får erfara hur detta styrs genom olika typer av klädkoder, som inom arbetets ramar måste följas till punkt och pricka, är exempelvis de anställda på United State Bank i USA.

På United State Bank finns tanken om att människor i första hand påverkas av visuellt stimuli och att färgen av antracit utstrålar kompetens, värme och allvar. Samt att perfektionen i en persons utseende utåt skapar en atmosfär av inre lugn och trygghet. Med detta i åtanke har United State Bank utvecklat vad de kallar för "Corporate Wear", som markerar bankens professionalism och som förhoppningsvis får människor att i större utsträckning se deras medarbetare som kompetenta. Det är en affärsdräkt som är välpassande för både män och kvinnor oavsett säsong. Materialet innehåller en mix av natur och syntetfiber, en stor proportion av ull och 2 % elastiskt material för

att försäkra att det är bekvämt att ha på sig. Klädesplaggen ägs av United State Bank och måste återlämnas när en anställd lämnar verksamheten. Företagsklädseln eller delar av den ska inte bäras privat och inte heller kombineras med privata artiklar eller accessoarer. Den aktuella kostymeringen ska bäras av all personal, från de som jobbar i receptionen till ledsagare och säkerhetspersonal. Banken har utformat en så kallad "Corporate Wear guide" som beskriver mycket detaljerat hur manlig respektive kvinnlig personal får klä sig, varpå den innehåller råd gällande utseendet. Denna rådgivning innefattar bland annat instruktioner om skjortans utformning, specifik guide för skarf och slipsknutar, parfym och deodorant alternativ, val av skor och smink samt uppmaningar gällande underkläder.

Klädkoden samt förhållandena kring de koder som uttrycks på United State Bank hör möjligen till extremfallen, dock existerar detta fenomen inom flertalet företag runt om i världen även om det är i en mer eller mindre tappning. Bland annat använder man sig av en liknande form av klädkod på ett av Sveriges mer kända och etablerade rekrytering och bemanningsföretag, även om denna klädkod kanske framstår som "mesig" i jämförelse med klädinstruktionerna på United State Bank. Organisationen vi belyser bär även de sina klädinstruktioner i arbetet. Vi båda arbetar på organisationen utanför våra studier vilket innebär att vi personligen är berörda av den aktuella klädkoden, som i sin tur har bidragit till att vi inspirerades till detta ämne. Klädpolicy inom verksamheten ifråga kräver en stilren och professionell klädsel i färgerna svart, vitt, marinblått eller beige, varpå kavaj i somliga fall är ett absolut måste, exempelvis i samband med kundmöten och arbetsinterjuver. Denna typ av klädkod är den definition vi kommer att använda oss av när vi pratar om klädkod härnäst.

Klädkoder kan som första intryck framstå som mycket representativt och positivt i den mån att det skapar en gemensam företagskultur etcetera. Vilken påverkan har de anställdas kläder på människor utåt? Genom en bestämd klädkod på olika arbetsplaster vill företaget styra upp och disciplinera sin personal, varpå vi frågar oss vad denna klädkod symboliserar och står för i relation till exempelvis en arbetsintervju?

2. Syfte och frågeställningar

2.1 Syfte

Vårt syfte med denna studie är att närma oss klädernas betydelse i samband med mötet två eller fler parter emellan. Varpå vi har valt att utgå från en specifik händelse, nämligen arbetsintervjun under en rekryteringsprocess. Denna händelse innefattar ett möte mellan två personer med två olika utgångspunkter. Rekryteraren som möjligen har "avpersonifierat" sig själv genom sin klädsel, medan den arbetssökande kanske snarare är där för att verkligen påvisa sin person och försöka "sälja" in sig själv i verksamheten. Händelsen ifråga pekar på en tydlig skiljelinje mellan en person som bär en specifik klädkod och en som inte gör det. Genom granskning av en rad litteratur samt med hjälp av fall vill vi ta reda på vad en rekryterares klädkod symboliserar i förhållande till en arbetssökande vid en arbetsintervju och om och hur kläderna påverkar relationen dem emellan. I samband med detta val av händelse tar vi vara på den längre tid av arbetslivserfarenhet som vi själv har av rekrytering och arbetsintervjuer, varpå dessutom den klädkod som nämns är aktuell och vi vet precis hur en sådan situation skulle kunna utspela sig.

2.2 Frågeställning

– Vilken symbolisk betydelse har klädkoden för relationen mellan en rekryterare och en arbetssökande utifrån bådars perspektiv i samband med en arbetsintervju?

3. Avgränsningar

Ämnet kläder och klädkoder skulle kunna studeras utifrån en rad olika aspekter. Exempelvis kläder kopplat till kön, huruvida klädkoden på ett företag påverkar den enskilt anställda, klädkoder utifrån ett ekonomiskt perspektiv eller eventuellt med utgångspunkt ifrån ett juridiskt sådant. Dock med anledning av att vi studerar på personalvetarprogrammet finner vi ett intresse i att koncentrera frågan till någonting som har med personalfrågor och organisation att göra. Dessutom med tanke på att vi har en viss tidram, har vi även valt att koncentrera ämnets fokus till just klädkodens betydelse i rekryteringsprocessen. Varpå vi återigen vill nämna att det är någonting som vi personligen har goda kunskaper om och vi har därmed inte behövt ödslat tid på att sätta oss in i vad detta innebär i samband med studiens början. I korthet kan en rekryteringsprocess innebära selektering av skriftliga ansökningar som inkommit för en speciell tjänst, varpå nästa steg innebär telefonavstämning med väl utvalda personer utifrån exempelvis CV-granskning. Därefter utses en

ännu mindre skala arbetssökande som får komma på arbetsintervju och sitta ansikte mot ansikte med rekryteraren ifråga i ca en timme, dock kan tiden variera. Förhoppningsvis gör en eller fler av de arbetssökande så pass gott intryck att de får arbetet ifråga. Detta är den definition av en rekryteringsprocess som vi kommer att använda oss av i denna uppsats.

I vårt sökande efter tidigare forskning har vi upptäckt att vad gäller klädstilens betydelse i förhållande till den sociala interaktionen och i vårt specifika fall i förhållande till rekryteringssammanhang, är det tidigare vetenskapliga fältet mycket tunt. Klädkoder överlag verkar vara ett allmänt relativt utforskat ämne, i alla fall på den svenska marknaden. Av denna anledning innehåller nästa avsnitt som heter tidigare forskning endast två olika texter, varpå vi anser att vår resterande litteratur snarare hör hemma som underlag för vår litteraturstudie samt analysdel.

4. Tidigare forskning

I detta avsnitt kommer vi att redogöra för tidigare forskning kring vårt valda område. Som nämnts är detta ett relativt utforskat ämne kanske framförallt inom svenska ramar. Artikeln som vi inledningsvis redogörs för är en amerikansk sådan som påpekar just det faktum att analys av organisatorisk klädsel förbises. Författarna beskriver klädattribut inom företag mer allmänt samt vad tydliga sådana bidrar till både internt och externt.

4.1 Om klädkodens påverkan

I artikeln *Tailored meanings: on the meaning and impact of organizational dress* (1993) beskriver författarna Anat Rafaeli och Michael G. Pratt huruvida dräkter inom organisationer är allmänt förekommande, dock har detta förbisetts i organisatoriska studier. Denna artikel begrundar de olika dynamiker som organisatoriska kläder skapar och återspeglar, varpå författarna identifierar tre olika typer av dynamiker – klädernas egenskaper, klädernas homogenitet samt klädernas synlighet. Texten argumenterar för klädselns påverkan på interna och externa processer samt på individuella och organisatoriska konsekvenser. Varpå detta bland annat inkluderar anställdas tillmötesgående och organisatoriska image. Organisationer spenderar mängder av pengar varje år på att fastställa, anskaffa samt bevara anställdas klädsel. Anställnings-manualer inkluderar ofta referenser till utseendet som pekar på allt från mycket detaljerade specifikationer vad gäller uniform, till mer generella klädkoder. Rafaeli och Pratt (1993) ser klädseln som ett fenomen som

påvisar viktiga processer samt medför olika konsekvenser som till exempel en organisations varumärke. De menar att om mer fokus läggs på analys av kläder inom organisatorisk forskning ökar det förståelsen för organisatoriskt beteende (Rafaeli & Pratt 1993, 32-33).

Som tidigare nämnts analyseras fenomenet kläder inom organisationer utifrån tre olika dynamiker. Nämligen klädernas attribut, vilket pekar på klädernas färg, material och stil. Klädernas homogenitet referera till graden av variation gällande klädstil bland medlemmar av samma verksamhet. Samt klädernas bemärkthet beskriver organisationens ifråga medlemmars unikheter till skillnad från icke medlemmar. Dessa olika dimensioner studeras genom observation av individuella medarbetare, genom jämförelse av grupper inom aktuell organisation ifråga samt genom jämföranden över organisatoriska gränslinjer (Rafaeli & Pratt 1993, 35). Med detta som grundverktyg kommer författarna bland annat fram till att klädattribut kan motivera till vilken grad en organisation kan påverkas av, eller söker samarbete med en viss kultur eller institution. De uttrycker också karakteristiska, centrala samt bestående värderingar inom organisationen. En stratifierat homogen klädsel pekar på en mer mekanisk organisation, varpå en iögonfallande klädsel i större utsträckning kommer att leda till att medarbetare efterlever de krav som inkluderas i deras yrkesroll. Homogena och synliga klädattribut såsom färg, material och stil influerar den bild som utomstående har på organisationen, vilken exempelvis innebär att de anställda anses mer representativa. Stratifierat, homogena och märkbara klädattribut kan identifiera skillnader gällande status inom organisationen och också främja kvalitén på servicen då den bidrar till identifikationen av medlemmar kontra icke medlemmar av en viss organisation (Rafaeli & Pratt 1993, 35-49).

Artiklen ovan berör som sagt klädkoder inom organisationer på en mer generell nivå. Dock för att beröra vårt mer specifika fall gällande en arbetsintervju och klädernas påverkan på relationen mellan en arbetssökande och en rekryterare. Denna tidigare skrivna examensarbete från år 2012 närmar sig frågan kring huruvida en fastighetsmäklares klädsel påverkar kunden. Denna situation påminner om hur vår påtalade rekryterares kläder eventuellt påverkar relationen till en arbetssökande, vilket gör studien ytterst relevant.

4.2 Fastighetsmäklarens klädsel – hur påverkar den kunden?

Kalle Gramnes tillsammans med Steven Zettergren (2012) har skrivit ett arbete om huruvida *Fastighetsmäklarens klädsel påverkar kunden?* Varpå denna titel lika gärna skulle kunna bytas ut till ”Rekryterarens klädsel hur påverkar den arbetssökande?” Författarna menar att en bostadsaffär

ofta är en av de största som vi människor utför som privatpersoner och de menar vidare att detta sätter hög press på mäklaren att sköta processen mycket professionellt. Dock frågar de sig hur kunden kan veta vilken mäklare som är den bästa? Kan det vara så att mäklarens klädsel påverkar detta val? Dessa med fler frågor har författarna försökt att besvara med hjälp av 13 projektiva intervjuer bestående av tio stycken kunderintervjuer samt tre stycken mäklarintervjuer och i samband med detta har de ställt ett antal innan bestämda frågor samt visat fyra bilder på en och samma person iklädd fyra olika stilar, vilka respondenterna har fått titta på för att sedan uttrycka deras spontana känslor och reflektioner kring detta (Gramnes & Zettergren 2012, 4).

Den första stilen (se bilaga 1, bild 1) som respondenterna i denna studie får reflektera kring är den så kallade *formella klädseln*. Denna stil innefattar vad som anses vara av utbredd och traditionell stil och som består av en kostym i grått, svart eller marinblått, en enfärgad skjorta i en ljusare ton samt en diskret slips och mörka skor av polerad modell (Gramnes & Zettergren 2012, 19).

Den andra bilden (se bilaga 1, bild 2) och stilen som behandlas är den som innefattar *business – casual* stilen, vars framväxt härstammar från så kallade ”white – collar” arbetsplaster i västvärlden och i USA. Denna arbetsklädsel har anammats av bland annat IT företag och blivit en av den vanligaste arbetsstilarna i världen. Vad som skiljer denna stil från den ovan klassiska är att den inte är lika definierad. För männen är det chinos, skjorta och eventuellt en kavaj som innefattas, medan kvinnorna bär exempelvis byxor och piké. Benämningen av denna stil beror på granskning av arbetsplats. Dock sammanfattningsvis i korta drag kan business – casual anses vara en blandning av formell kontra avslappnad klädsel. Varpå huvudsakligen alla kläder inom stilen ska vara hela, rena och inneha en god passform (Gramnes & Zettergren 2012, 19).

Vidare beskrivs den *avslappnade stilen* (se bilaga 1, bild 3) som i kontorsmiljö ofta definieras som ett exempel på skjorta tillsammans med en cardigan/pull-over och jeans. Varpå ett alternativ dock endast är jeans och t – shirt (Gramnes & Zettergren 2012, 20).

Sist men inte minst visas bilden varpå modellen ifråga innehar stilen som heter *jokern* (se bilaga 1, bilda 4). Denna stil är en stil som författarna själva har valt att undersöka av olika anledningar. Dels för att det är ett sätt att sticka ut till skillnad från konkurrenter i arbetslivet, det är en stil som skiljer sig från de traditionella samt att det inte tidigare gjort någon undersökning som bearbetar en affärsman i fluga, vilken denna stil ifråga innebär (Gramnes & Zettergren 2012, 20).

Nedan redogörs det för kundernas intryck av de fyra bilderna, vilket sedan kommer att följas av mäklarnas tankar. Gramnes och Zettergren (2012) har bland annat sammanställt sitt resultat genom att upprepa de mest förekommande ord som förknippats med varje bild.

4.2.1 Kundperspektivet

Den formella klädseln beskrivs med ord som; BMW, självupptagen, ordningsam, oerfaren, seriös, tar sig själv på för stort allvar, överklädd, erfaren, snobbig, självsäker, proper, pålitlig, förtroendeingivande, ansvarstagande, snygg, prydlig, representerar sitt jobb, arrogant, narcissistisk, mormon, tråkig, otillgänglig, gammaldags, pondus, överlägsen och obehaglig.

Överlag anade majoriteten av intervjupersonerna att mäklaren kläd i denna stil främst måste vara verksam i de större städerna och finare områdena, exempelvis Stockholm eller Göteborg.

Majoriteten ansåg också att den ”dyra” klädseln kompenserade för mäklaren ifråga okunskap, medan några andra tyckte att den ingav ett erfaret och förtroendeingivande intryck (Gramnes & Zettergren 2012, 35).

Vidare beskrivs den *Business – casual* stilen med orden; Trygg, trevlig, kunnig, klädd efter businessnormer, kör Volvo, personlig, ordningsam, gör ett bra jobb, erfaren, avslappnad, vardaglig, professionell, kundfokus, bra lyssnare, vänskaplig, ledig, casual, förtroendeingivande, självsäker, fokuserad på jobbet, seriös, slafsig, gemytlig, pålitlig, ren och fräsch. Överlag ansågs denna stil vara lämplig varsomhelst. Majoriteten av respondenterna menade på att den ger en känsla av trygghet och intrycket av kundfokus och förtroende. Denna stil som också ansågs mycket avslappnad nämndes också som bäst och flertalet skulle anlita mäklare nummer två för att sälja deras objekt (Gramnes & Zettergren 2012, 35).

Den avslappnade stilen beskrivs med ord och meningar som; försöker vara cool, trygg, fritidsklädd, effektiv, seriös, oprofessionell, vardaglig, assistent, tråkig, fin, ungdomlig, ”bratig”, lugn, sympatisk, trevlig, modern, oseriös, medveten och lättsam. Med anledning av converse skorna som finns på denna bild sjönk personen ifråga en aning i respondenternas ögon jämförelsevis med bild nummer två. Bortsett från detta ansåg majoriteten att denna stil var godkänd för en dag på kontoret, men att den möjligen framstår för vardaglig i samband med viktiga kundmöten. Personen förknippades med egenskaper som vänskaplig, ungdomlig och trygg och var andrahands – alternativet gällande val av anlita mäklare (Gramnes & Zettergren 2012, 36).

Den sista stilen *Jokern* beskrivs med orden: Oseriös, tontig, clown, självupptagen, osäker, selektiv, passé, stekare, festklädd, försöker för mycket, dålig, oprofessionell, dyr, opassande, flashig, pushig, olämplig, glad, lättsinnad och annorlunda. Majoriteten tyckte att denna stil absolut inte var lämplig som mäklarklädsel, utan att den snarare framstår som festlig, oseriös samt självupptagen. Stilen föll inte alls respondenterna i smaken och de menade att den inte passar sig på en arbetsplats. Att observera här är att flugan är den bidragande orsaken, skulle denna tas bort och en knapp knäppas upp gillade många stilen ifråga (Gramnes & Zettergren 2012, 36).

Enligt undersökningen är återkommande svar gällande frågan om vilka egenskaper respondenterna värdesätter högst hos en mäklare följande: trevlig, ärlig, kundorienterad och påläst. Mäklaren ifråga är också gärna en social och glad person som stannar på en fika för att lyssna på kundens tankar och reflektioner. Dock å andra sidan ska mäklaren framstå som seriös och redogöra för både för- och nackdelar med objektet i fråga. Majoriteten av urvalspersonerna hävdar att klädseln inte är det viktigaste vid valet av mäklare, dock menar de på att ett positivt första intryck alltid är bra (Gramnes & Zettergren 2012, 36).

Som sagt har även ett antal mäklare i den aktuella studien fått granska och analysera de påtalade bilderna. Det är relativt intressant hur man kan skåda skillnader vad gäller svar och ordval från kund respektive mäklare, samtidigt pekar dessa resultat på ett gemensamt svarsmönster. Med anledning av detta redogörs det nedan även kortfattat för mäklarnas synvinkel på de olika stilarna.

4.2.2 Mäklarperspektivet

Den formella klädseln beskrivs av mäklarna som: Propert, koll på läget, affärsmässig, professionell, ordningssam, ordning och reda, ren, påläst, koll på detaljer, har exklusiva objekt och slipsnisse som tjänar pengar. Mäklarna hade olika synpunkter här. Det ansågs bland annat att denna kostym ifråga lätt kan ge en felaktig bild av mäklaren som en glidare, dock kan stilen vara både positiv och negativ gentemot kund beroende på objektets målgrupp (Gramnes & Zettergren 2012, 37).

Business - casual stilen beskrivs av mäklarna: Avslappnad, hel, ren, koll på läget, skön, duktig säljare, affärsmässig, proper, passar till bredast kundsegment och ordning och reda. Mäklarna talade gott om denna stil och menade att den passar bra in på alla marknader och i alla situationer. Stilen ifråga anses av mäklarna som ett säkert kort (Gramnes & Zettergren 2012, 37).

Den avslappnade stilen beskrivs med några få ord såsom; Avslappnad attityd, schysst stil, vänskaplig och social, ungdomlig. Även här menar mäklarna på en bred kundkrets, exklusive skorna, vilket stämmer överens med kundernas åsikter. Majoriteten menar att Converse smalnar ner kundkretsen till unga personer. Stilen anses dock vara universal och finns ofta på mindre orter som exempelvis Strömstad (Gramnes & Zettergren 2012, 37).

Jokern beskrivs av mäklarna med orden: Festklädd, professionell, kul och utstickande. Flertalet av mäklarna kan tänka sig att använda fluga på jobbet för att sticka ut och bli ihågkommen. De är dock överens om att man bör vara försiktig med denna stil inför kundsegmentet, då den skulle kunna innebära att den avsmalnas. Den tredje mäklaren skulle dock aldrig kunna tänka sig att ha fluga på arbetet (Gramnes & Zettergren 2012, 37).

4.3 Sammanfattning av tidigare forskning

Rafaeli och Bratt närmar sig klädkoder på en mer generell nivå medan Gramnes och Zettergren granskar detta fenomen inom mer specifika ramar. Rafaeli och Bratt pekar på huruvida klädseln inom företagsamhet påverkar både externa samt interna processer, vilket bland annat inkluderar påverkan gällande hur utomstående ser på en organisation. Enligt författarna påverkar klädkoden också bland annat en organisations varumärke samt skiljer medlemmar från icke medlemmar i en organisation (Rafaeli och Bratt 1993, 32-49). För att relatera detta till Gramnes och Zettergrens mer konkreta studie så särskiljer sig mäklarna ifrån sina kunder fastighetsägarna, genom olika former av utmärkande klädstilar. Den mest omtyckta stilen i Gramnes och Zettergrens undersökning var *buisness – casual stilen* som fick kunderna att infinna en känsla av trygghet, förtroende samt att befinna sig på samma nivå som mäklaren ifråga (Gramnes och Zettergren 2012, 41). Detta är visserligen associationer som förknippas med mäklaren isig, dock i sin roll som mäklaren så representerar han eller hon den mäklarorganisation inom vilken han eller hon är anställd. Gramnes och Zettergrens resultat visar på ett mycket intresseväckande sätt hur vi människor bedömer varandra endast utifrån vilka kläder vi har på oss. Författarna visar inte endast på huruvida kläderna ”beskriver” en rad olika egenskaper, utan också vart olika individer rent geografiskt eventuellt passar in.

5. Teoretisk analysverktyg

I detta avsnitt redogör vi för de teoretiska utgångspunkter som vi har valt att applicera i vår uppsats. Dessa teorier kommer kopplas ihop med den litteratur vi har valt att ha med i vår litteraturstudie och tillsammans med denna ligga till grund för vår analys av såväl litteraturstudien som de två fallen.

5.1 Symbolisk interaktionism

Det mest väsentliga perspektiv vi valt att utgå ifrån i vår uppsats är det som kallas för symbolisk interaktionism. En person som beskriver mycket och många aspekter av detta förhållningssätt på ett begripligt samt detaljerat sätt i sin bok *Sociologiska teorier* är George Ritzer (2010) Han påpekar bland annat huruvida en viktig förespråkare av denna teori är den amerikanska filosofen George Herbert Mead, varpå de viktigaste intellektuella rötterna till Meads förespråkande i allmänhet är filosofiska pragmatismen och en variant av psykologisk behaviorism. Pragmatism är en bred filosofisk inriktning som bland annat menar att den sanna världen inte existerar ”där ute” i den verkliga världen, utan den skapas istället aktivt när vi agerar i och gentemot världen.

En mycket viktig person inom symbolisk interaktionismen är Erving Goffman. Goffman var professor i sociologi och antropologi som föddes i Kanada år 1922 och dog år 1982. Han var verksam både i Kanada och även i USA och är än idag en internationellt erkänd specialist inom socialpsykologisk och sociologisk forskning. Goffmans stryka var framförallt att kunna kartlägga individens samspel i mikroskala – situationer och att på ett levande sätt förmedla sina erfarenheter (Goffman 2009, 180). Goffmans mest betydelsefulla bidrag till symbolisk interaktionism är *Jaget och maskerna*, varpå den senaste upplagan kom ut år 2009 och där hans huvudsakliga utgångspunkt benämns det dramaturgiska perspektivet (Goffman 2009, 304).

Symbolisk interaktionism grundprinciper utgår ifrån att till skillnad från de lägre stående djuren har människan en tankeförmåga, varpå denna tankeförmåga formas genom social interaktion. Genom denna sociala interaktion lär sig människan den mening och de symboler som gör det möjligt för individen att utöva sin utpräglat mänskliga tankeförmåga. Dessa meningar och symboler gör det möjligt för människan att ägna sig åt det specifikt mänskliga handlandet och den specifikt mänskliga interaktionen. Människan kan modifiera eller förändra den mening och de symboler denna använder i handlingen och interaktionen utifrån hur dennes tolkar situationen. Anledningen till att människan kan göra dessa modifikationer och förändringar beror delvis på hennes förmåga att integrera med

sig själv. Något som gör det möjligt för henne att granska olika tänkares handlingar, bedöma deras relativa fördelar samt nackdelar och slutligen välja en av dem (Ritzer 2010, 301).

Istället för att individer anses vara enheter som motiveras av yttre och inre krafter som exsiterar utanför deras kontroll, menar symboliska interaktionister på att tankeförmågan gör det möjligt för människor att handla på ett genomtänkt sätt istället för att agera utan eftertanke. De menar att tankeförmågan i sig innesluts i medvetandet. Symboliska interaktionister menar att det är i samband med den sociala interaktionsprocessen som tankeförmågan kommer till uttryck samt utvecklas, varpå de påstår två typer av interaktion. För det första talar man om *icke symboliska interaktion* som pekar på en konversation med gester, där gesten från den ena mekanismen fungerar som ett stimuli som medför respons hos den andra mekanismen, dock utan att någon tankeprocess äger rum (Ritzer 2010, 301-302). Vad som i samband med detta kan vara värt att ha i åtanke är vad Erving Goffman kallar för att *upprätthålla den expressiva kontrollen* och som pekar på det faktum att i vårt samhälle uppkommer flera oavsiktliga gester av olika slag som generellt är oförenliga med det intryck som innan skapats. Exempelvis kan de agerande ge intrycket av att vara för lite eller för mycket intresserad av en interaktion, vilket resulterar i att han eller hon börjar stamma, glömma repliker, ger intryck av nervositet eller känner sig besvärad etcetera (Goffman 2009, 52). För det andra påtalas så kallad *symbolisk interaktion*, vilken kräver mentala processer och där vikten läggs på tankeverksamheten som återges i synen på ett visst objekt. Exempelvis ”ett träd kommer inte vara samma objekt för en botaniker, en skogshuggare en poet och en trädgårdseutusiast” (Ritzer 2010, 302). Eller varför inte istället påstå att en fluga inte kommer vara samma objekt för en mäklare eller en fastighetskund. Även om flugan som i Gramnes och Zettergrens (2012) ”påhittade” stil *Jokern* ingav kunderna respektive mäklarna liknande reflektioner, så var dessa inte exakt detsamma. Denna egenvalda stil från författarnas sida kan också ses om en gest som bidrar till en bild av mäklaren ifråga som definitivt inte överensstämmer med den bild som kundernas förväntar sig, vilket bland annat innebär en trevlig kundorienterad och ärlig person. Utan denna ”experimentliknande” gest resulterar snarare i att kunderna ifråga blir irriterade och känner sig besvärade.

Symbolernas effekter gör det möjligt för människan att sortera och hantera det materiella och det sociala i världen med hjälp av kategorisering. Symbolerna utvecklar också individens förmåga att förstå och uppfatta sin omgivning samt stärka tankeförmågan. Symbolerna förbättrar även förmågan till problemlösning enormt mycket samt bidrar till att människor kan överskrida tid och rum, ja till och med sin egen person (Ritzer 2010, 303).

Det som Goffman i sin teori benämner som det *dramaturgiska perspektivet*, menar han kan tillämpas för att undersöka socialt liv i samtliga konkreta situationer, exempelvis i samband med både skolor, familjer och arbetsplatser (Persson 2012, 102). Detta stryker med andra ord att detta synsätt faktiskt är applicerbart på den aktuella kontexten, vilken utspelar sig på en arbetsplats ifråga. Huvuddragen i Goffmans dramaturgiska perspektiv handlar om möjligheten att se den sociala interaktionen som en teaterscen. Inom denna teaterscen är människor aktörer som framträder i form av olika roller som publiken, dvs. andra observerar. Författaren talar i detta sammanhang också om främre respektive bakre regionen, varpå den främre regionen innefattar den scen där aktörerna upprätthåller och kontrollerar sin fasad med förhoppningen om att framstå som trovärdig inför sin publik, medan det som han kallar för bakre regionen speglar den del där aktörerna kan förbereda sina framträdanden (Goffman 2009, 9 & 97). Detta skulle kunna relateras till både United State Bank banks kundavdelning, samt arbetsintervjun och den plats där den äger rum. Varpå den strikta klädkoden hjälper bankens personal samt den aktuella rekryteraren att upprätthålla och kontrollera den fasad som man vill ska framstå som trovärdig.

Ett viktigt begrepp i Goffman dramaturiska perspektiv samt även inom symbolisk interaktionism är det som benämns som *Jaget*. Författare beskriver jaget som en slags image, en föreställningsbild som individen på ett aktivt och effektivt vis på scenen kliver in i. Goffman menar dock inte att jaget skulle vara aktörens egendom, utan snarare produkten av interaktionen mellan aktör och publik. Jaget är alltså ett resultat av en scen som spelas upp och inte en orsak till den (Goffman 2009, 218). Med hjälp av ett förhoppningsvis tillräckligt kraftfullt jag hoppas aktörerna att publiken ska definiera dem på det sätt som de vill samt att de också ska få publiken att bete sig som de vill, vilket Goffman benämner som *intrycksstyrning* (Ritzer 2010, 306).

Intrycksstyrning handlar om att individer försöker styra det intryck som andra får eller har av dem. Anders Persson illustrerar exemplet huruvida en familj väntar middagsgäster, dessförinnan har mamman och pappan precis bråkat och det pratas till och med om skilsmässa. Dock när gästerna har anlänt framstår allting som frid och fröjd. Familjen spelar sina roller inför sin publik och den privata sfären omvandlas till en scen där både familjen och gästerna framträder (Persson 2012, 78). På samma sätt har vi redan konstaterat huruvida de som bestämmer på United State Bank verkligen försöker styra utomståendes intryck av dess anställda genom att i princip inte ens låta dem välja vilken parfym eller deodorant de ska använda på jobbet. Eller huruvida företaget där vi arbetar vill

försöka styra kunder samt arbetssökandes intryck gentemot våra kollegor genom en bestämd klädpolicy. Intressant är också detta gällande rollspelare kontra åskådare som också tas upp. Vid en arbetsintervju exempelvis är det om möjligen svårt att avgöra vem som är den huvudsakliga aktören. Å ena sidan är det rekryteraren med anledning att han eller hon ska bedöma en arbetssökandes kvalifikationer genom att aktivt ställa frågor och också framstå som trovärdig rent yrkesmässigt. Å andra sidan bör denna även vara publik gentemot den arbetssökande, som aktivt ska försöka besvara frågorna ifråga och ”inför” rekryteraren agera på vis att de önskvärda kvalifikationerna framhävs och han eller hon framstår som trovärdig i rekryterarens ögon. Scenen för intrycksstyrning är med andra ord öppen för både aktör respektive publik och varpå det om möjligen inte alltid går att utse en enda roll i förhållande till publik, utan det är fler parter som är framträdande.

Apropå roll spelar vi människor olika roller beroende på sammanhang. Observatörerna förväntar sig att den personen som sitter framför dem absolut besitter de kvaliteter som han eller hon förefaller sig inneha, samt att de uppgifter som personen ifråga utför leder till de konsekvenser som väntas. När Goffman talar om rollen och *roll begreppet* pekar han bland annat på den *personliga fasaden*, vilket är den uttrycksfulla utrustning som publiken urskiljer den framträdande med och som denna förväntas ha med sig till vad författaren kallar för inramningen. Den personliga fasaden i sig delar Goffman upp i vad han kallar för två stycken stimuli, nämligen *uppträdande* kontra *manèr*. Det första innefattar de ting som visar på en agerandes status, exempelvis en läkarrock. Uppträdandet fyller en funktion och är av strukturell karaktär, som tex en yrkesroll. Det andra stimuli är till för att ge oss besked om den roll inom interaktionen som den handlande räknar med att inta i den aktuella kontexten. Det är med andra ord den roll som uppstår hos en individ i sällskap med andra och till skillnad från uppträdandet som snarare fokuserar på och står i relation till en viss uppgift. Manèr handlar om att stå i relation till samspelet människor emellan och fokuseringen ligger mer på själva interaktionen i sig (Goffman 2009, 25-30). Med hjälp av sin klädkod, kanske framförallt kavajen, som sagt är extra viktig att ha på sig vid kundmöten samt intervjuer på vår arbetsplats, markerar rekryteraren alltså med andra ord sin yrkesroll, sitt uppträdande och samtidigt också sin manèr. Det vill säga att kavajerna hjälper rekryteraren ifråga att inta den roll som krävs i sällskap med en potentiell arbetssökande. Detta påvisas även i Rafaell och Pratts (1993) om att klädkoden hjälper individen till att leva upp till sin yrkesroll (Rafaell & Pratt 1993, 44). Denna markering är eventuellt dessutom någonting som en arbetssökande förväntar sig för att vara säker på att den som intervjuar ifråga har befogenheter att bedöma dennes kunskaper som Goffman tar upp gällande den

personliga fasaden. Även om det nu eventuellt påverkar och bidrar extra mycket till att situationen kanske känns obekvämt.

Roller och roll begreppet kan oftast förvirras med identitet och dess betydelse. Vad det är för skillnad mellan roll och identitet? Är identitetsbegreppet någonting som med åren möjligen har tagit rollbegreppets plats eller är det synonymt som både har liknande inverkan på den sociala interaktionen?

5.2 Identitet

Identitet kan vara olika för olika personer. Identiteten kan både användas till att se likheter mellan människor men också för att se skillnader (Hammarén & Johansson 2009, 8). Ett sätt att se på identitet är det utifrån utvecklingsperspektivet. Detta perspektiv är kanske det mest grundläggande och den mest etablerade tankesätten i den västerländska kulturen (Hammarén & Johansson 2009, 19). Människan strävar nästintill alltid efter att hitta någon ny ”nivå” på sin utveckling, att kunna gå upp ett snäpp på ”livstrappan” (Hammarén & Johansson 2009, 19). Redan som foster börjar den mänskliga utvecklingen både kroppsligt och mentalt. Den mänskliga modellen speglar med andra ord en suggestiv utveckling där förmågor och komplexa funktioner utvecklas gradvis. Modellen som speglar den mänskliga utvecklingen har även applicerats på samhällsutvecklingen. Anledningen är att människan ska förstå den utvecklingen mellan det mer primitiva utvecklingen och det samhället som idag är mer kultiverat och utvecklat (Hammarén & Johansson 2009, 19).

Det finns många olika teorier om utveckling och hur den går till. Ett exempel är att man i utvecklingsteorin har delat in den mänskliga utvecklingen i faser från barndomen till det vuxna livet. Erik.H.Eriksson har haft ett stort inflytande på hur vi idag ser på den mänskliga utvecklingen (Hammarén & Johansson 2009, 21). Hans teori går ut på att människans utveckling som sagt uppdelat i olika stadier. För att gå vidare till nästa stadie måste människan klara av de hinder och prövningar som finns i det stadiet som han eller hon befinner sig i.

Utvecklingen fortsätter steg för steg och i bästa fall fullbordas den. Det sista (åttonde) steget/fasen är en slags konflikt mellan integration och förtvivlan. Detta handlar om förtvivlan till att vi alla en gång ska dö. Erikson menar att den människa som har stor integration och mognad inte fruktar döden, därav konflikten (Erikson 1950/1973 i Hammarén & Johansson 2009, 22). Det är viktigt att tillägga att alla dessa fraser utgör utmaningar som när man klarar kan bidra till mognad och

integration. Misslyckande i samma utmaningar bidra till skör känsla av identitet och en svag integration (Hammarén & Johansson 2009, 21).

Om man istället ser till den sociologiska och socialpsykologiska definitionen eller tolkningen av identitet ser man mer till den samhälliga utvecklingen. Man kopplat ihop identitet med sociala strukturer, intuitioner och positioner. Man menar också att en social identitet ger en person sin plats i det sociala samhället. Ett begrepp som kopplas starkt till identitet är *roll* som tidigare beskrivs framkom från Erving Goffman och symboliska interaktionismen (Hammarén & Johansson 2009, 28).

I ett mer posttraditionellt samhälle finns det möjlighet att identifiera sig med fler än en identitet. De traditioner och gamla normer som tidigare har funnits hålls heller inte lika hårt som tidigare. Antony Giddens pratar om ett *reflexivt förhållningsätt*. Nu kan människan skapa sitt eget liv på ett annat sätt än tidigare. Vi har nu större valmöjligheter, vi kan i större grad påverka vårt yrke, kropp, liv mm. Dock finns det fortfarande en klyfta mellan hur vi vill ha det och hur det faktiska livet ser ut (Hammarén & Johansson 2009, 30). Människan letar ständigt efter sin identitet på ett mentalt plan men söker även sin identitet på ett kulturellt plan. Människan har i många århundraden burit kläder och smycken för att skapa sig en identitet. Det skall samtidigt tilläggas att kläder och smycken kommer i trender och människan påverkas efter det (Hammarén & Johansson 2009, 32). Under 1800-talet var kläder till för att visa hur mycket pengar man hade och då även vilket klass man tillhörde. På 1900-talet började förhållandena att ändras och man kunde inte längre se på ett tydligt sätt vilka som hade pengar och inte eller vilken klass man tillhörde. Kläderna börjar nu istället visa vem personen är och vilken identitet den har (Hammarén & Johansson 2009, 33). I dagens samhälle är det märken på olika klädesplagg eller associerar som sätter en vis status på personer som bär dem. Vissa köper hellre ett fåtal dyrare plagg än många billigare plagg för att framstå som någon med gott om pengar. Andra köper fake märkens - kläder för att lura andra i sin omgivning att du har de pengar och den status som krävs för att bära dessa märken (Hammarén & Johansson 2009, 33). Det finns de som menar att man kan se vem en person är, hur den vill vara, vilket yrke denna har eller vilken status denna person bisitter genom att endast titta på det yttre skalet i form av kläder och associerar (Hammarén & Johansson 2009, 33). Andra materiella ting spelar också in i bedömningen så som bilar, hus, möbler etcetera (Hammarén & Johansson 2009, 34).

Identitet kan som sagt speglas av vem man vill vara och hur omvärlden ser på personen i fråga. Vid en arbetsintervju är det intervjuaren som sitter med makten om den arbetssökande ska gå vidare eller inte. Om den arbetssökande får arbetet kan deras identitet förändras. Eftersom maktperspektivet är en sådan stor del i denna situation kommer vi nedan att ta upp detta.

5.3 Maktperspektiv

Makt är ett stort ämne och man kan förmedla sin makt på många olika sätt. Makten kan uttrycks genom fysiska attribut såsom stil, kläder, frisyrer, vanor, bostäder, smycken mm (Hedvall 2012, 10). Maktens signaler har med tiden ändrats och idag fått en helt annorlunda betydelse mot vad den hade för hundra år sedan. Inom företag finns även dessa stilar som ska spegla vilket slags verksamhet företaget vill stå för. Ett exempel kan vara den kinesiska affärsmännen som är klädda på ett sett så att de ska spegla bilden av hur de vill att Kina ska framstå gentemot övriga länder, med andra ord: styrd ekonomi och försiktiga förändringar med ordet stabil som grund (Hedvall 2012, 23). Den ekonomiska världen har haft detta som ett fenomen länge, att klä sig som man vill framstå. Ett annat exempel som författaren Hedvall tar upp i sin bok *Maktens signaler* (2012) är sättet Wall Street – mannen klär sig, de har en helt mörk kostym, vit skjorta och slips. De som var lite djävare i sin klädstil där en mer färgglad slips i exempelvis gult (Hedvall 2012, 23). Företagsledningarna brukar porträtteras som ett kollektiv men ca 10 män och några kvinnor, alla måste vara business klädda. Även i företagsvärlden ändras trender och stilar. En person som gjorde en vändning i den affärsmässiga världen är Erikssons VD Hans Vestberg som kom utan slips för att ge ett mer avslappnat och vardagligt uttryck. Det som skiljer Eriksson från andra stora världsledande företag är att de är inom IT branschen och på så sätt utsätts ständigt för ny teknologi. Branschen attraherar ungdomar och för att dessa ska kunna relatera med Hans Vestberg måste han komma ner mer på deras nivå. Om han då tar bort ett av makt attributen; slipen blir han genast en nivå längre menar Hedvall (Hedvall 2012, 24). Ett annat exempel är Steve Jobs som inte heller har kostym utan snarare är känd för sina svarta polotröjar. Inom företagsvärlden kan alltså en avvikande klädsel visa på kompetens (Hedvall 2012, 25).

Inom den politiska rörelsen kan man se att inom ungdomssektionerna har mycket mer avslappnad klädsel på deras möten än vad de som är högre uppsatta har. Sedan blir klädseln allt mer strikt ju högre position man har i partiet (Hedvall 2012, 26). Inom företag eller organisationer har man sina koder och signaler för att markerar vem som är inkluderad men också vem som exkluderad. Vilket Rafaeli och Pratt (1993) påvisar i sin studie (Rafaeli & Pratt 1993, 49). Exempel på detta är de

militära organisationer som har uniformer och symboler för att markera vem som är inom den militäriska sektorn och vem som inte är det (Hedvall 2012, 26). Företagsvärlden har liknande vanor men kanske inte är lika kodinriktade. Om man tittar på ett konsult- eller media företag skulle förmodligen företagsgruppen vara relativt ung, klädstilen skulle vara mer avslappnad. Det skulle förmodligen även vara svårt att utskilja vem som var ordförande eller VD. Om man jämför ett foto några år tidigare skulle förmodligen samma företagsfoto se annorlunda ut med striktare kläder och en mer klar bild över vem som var ordförande eller VD. Dock kan det synas undermedvetenhet vem som har en högre position på kroppshållning och stilrenare kläder (Hedvall 2012, 27).

Det är också olika på hur makt utspelar sig i olika kulturer. Exempelvis är den nordiska stilen mer minimalisk än den västlänka stilen. Den nordiska speglar en ren stilsmak med mycket funktionalitet. Det kan skilja mellan små gränser så som Sverige och Tyskland. Till exempel är det populärt med väst under kavajen i Tyskland medan det i Sverige har gått ur tiden (Hedvall 2012, 74). Om man jämför Tyskland och Österrike kan man se en klar skillnad på hur klädseln ser ut. För det första är klädseln mer exklusiv och då också mer påkostad i Österrike i jämförelse med Tyskland. Kvinnorna är även mer djärvare i sin stil, högre klackar, klänningar som framhäver mer former etcetera. (Hedvall 2012, 76). Om man ser till framtiden kan man säga att de människor som inte har ”makten” vill mer och mer känna igen sig med maktinnehavarna. Detta är idag framför allt aktuellt i den politiska sektorn där det alltid pratas om att väljarna ska känns igen sig med sina politiker (Hedvall 2012, 116).

6. Metod

6.1 Motivering

Vi har valt att utgå från ett kvalitativt tillvägagångssätt för att vi anser att detta är det mest passande tillvägagångssättet för vår uppsats. Med ett kvalitativt synsätt har vi möjligheten att tolka vårt material på ett annat sätt än om vi hade haft med ett kvantitativt synsätt (Bryman 2002, 52). Bryman (2002) menar att den kvalitativa metoden ger forskare en möjlighet att generalisera teorier vilket vi anser är en viktig del i vår uppsats, eftersom vi lägger fokus på en sådan specifik situation som arbetsintervjun. Vårt syfte med denna uppsats har varit att ta reda på klädkodens betydelse i relationen mellan rekryterare och arbetssökande i en intervjusituation. För att ta reda på detta ansåg vi att vi måste få in de teorier som är applicerbara på detta problem vilket vi gjorde med hjälp av en litteraturstudie. Vidare tillämpade vi relevanta teorier för att hitta möjliga faktorer som kan

påverka de båda parterna. Relationen mellan teori och forskning menar Bryman (2002) är en sak som skiljer den kvalitativa metoden som vi har tillämpat från den kvantitativa metoden där teorierna istället ställs inför en prövning gentemot frågeställningen (Bryman 2002, 35). Vi vill tillägga att vi även har ett inslag av den kvantitativa metoden i form av en fallstudie (Bryman 2002, 65).

6.2 Genomförande

Vi har, som sagt, valt att göra en litteraturstudie för att med den kunskap som redan finns inom ämnet kunna relatera denna kunskap till som vi har utformat. Bryman (2002) menar att man använder en litteraturstudie för att kunna se vilka kunskaper som finns inom ämnet och därmed undvika dubbelarbete. Han använder sig bland annat av liknelsen; slipper uppfinna hjulet på nytt (Bryman 2002, 456). Bryman menar även att en litteraturstudie är till för att ta vid där andra forskare har slutat (Bryman 2002, 456). Som vi tidigare har nämnt är vår ambition att lyfta klädernas betydelse till en ny situation och ta reda på vad klädseln i en intervjusituation egentligen handlar om. Mer generellt vill vi ta reda på hur kläderna påverkar den sociala interaktionen, vilket vi märker att de senare författarna i vår litteraturstudie berör.

Vi har som sagt försökt att ta klädernas betydelse till en ny situation som vi inte tidigare har haft någon kunskap om. För att kunna göra detta på bästa sätt har vi även tagit en fallstudie till hjälp. En fallstudiens poäng är enligt Bryman (2002) att den ska innehålla en detaljerat beskrivning av ett fall (Bryman 2002, 64). Det finns olika typer av fall. *Det kritiska och avgörande fallet* där forskarna beskriver en tydlig hypotes för att sedan välja ut ett fall för att lättare få en förståelse för att hypotesen är godtagbar eller otillräcklig. De finns även *det unika fallet* eller *det extrema fallet*. Här beskrivs ett fall som inte är likar något annat (Bryman 2002, 67). Till sist finns *det informationsrika* eller *det avslöjande fallet*. Detta är ett fall som ger forskaren möjligheten att observera och analysera en förståelse som innan har varit otillräcklig för en vetenskaplig studie (Bryman 2002, 68). Dessa fall kan vara en situation inom en organisation, en familj eller ett samhälle (Bryman 2002, 73). Vi har valt att utveckla våra fall utifrån egna referensramar då båda arbetar på ett bemannings- och rekryteringsföretag. Vi har använt oss av *det informationsrika* eller *det avslöjande fallet*. Vi har tagit en situation som är vanligt förekommande i dagens samhälle (intervjusituationen) och försökt att skapa en förståelse för hur kläderna påverkar de närvarande i denna kontext. Inom vårt berörda ämne har vi inte lyckats hitta information som vi kunnat bygga vidare på utan har fått utforma dessa fall för att kunna skapa en förståelse för just vår specifika situation.

Vid en kvalitativ forskningsstrategi läggs ofta vikten vid ord vid analysen av data. Strategin eller metoden har också ett induktivt synsätt vad det gäller relationen mellan forskning och teori. Det kvalitativa tillväggagångsättet lägger vikten på hur individer tolkar sin sociala verklighet. Den sociala verkligheten är det som individen själv skapar och konstruerar (Bryman 2002, 35). Eftersom vi var ute efter en förståelse (hur vi ska förstå interaktionen mellan den arbetsökande och rekryterande) behöver vi visa om de små detaljerna har någon påverkan på utfallet, därefter valde vi att använda en jämförande och komparativ design för vår fallstudie. Denna design har sina grundprinciper i att man jämför två olika fall med någorlunda identiska metoder (Bryman 2002, 69). Bryman menar att en sådan design inte enbart jämför den sociala förståelsen utan denna design har även fördelar i att jämförelselogiken kommer fram på ett tydligt sätt (Bryman 2002, 69). Vi har, som sagt, valt att konstruera två olika fall som vi sedan har bearbetat med identiska metoder. Vi har med andra ord börjat med att konstruera våra två fall för att sedan analysera dessa utifrån den litteraturstudie och våra valda teorier vi har tillämpat i uppsatsen. Detta tyder på att vi har haft ett induktivt tillväggagångsätt eftersom vi har utgått från våra konstruerade fall för att sedan tillämpa vår litteraturstudie samt våra teoretiska utgångspunkter.

Anledningen till varför vi valde att inte använda oss av intervjuer i vår uppsats var därför vi ansåg att vi berör ett ämne som ligger undermedveten hos människor. Detta gör att vi i så fall skulle ha fått svar som inte var tillförlitliga. Vi valde som sagt att istället skapa fall samt göra en litteraturstudie för att kunna komma fram till bättre och mer pålitliga slutsatser. Efter att vi hade skapat dessa fall genomförde vi en litteraturstudie som vi sedan använde som verktyg i vår analys av fallen. Detta kanske var den delen som var mest utmanande eftersom ämnet kunde gå in på så många olika ”spår” som gjorde det svårt för oss att inte sväva iväg från vår frågeställning samt vårt syfte.

6.3 Urval

När vi började välja urval till vår litteraturstudie utgick vi först och främst från de tips på böcker nämligen Jaget och maskerna (2009) och Idenitet (2009) som vi fått av vår handledare. Vi fortsatte sedan att på egen hand leta reda på relevant litteratur och utgick då från flera olika bibliotek för att få ett så brett utbud av material så möjlig. Efter att vi sedan läst igenom ca 20 stycken böcker som berörde kläder och klädkoder valde vi ut den litteratur som vi ansåg mest relevant för vår litteraturstudie, vårt berörda ämne samt för våra specifika fall.

6.4 Realiabilitet och validitet

Vad det gäller reliabilitet och validitet i kvalitativ forskning har detta varit omdiskuterat. Eftersom mätningarna som eventuellt görs inte ligger i en kvalitativ forskares största intresse brukar frågan uppkomma hur pass viktigt valideriteten egentligen är i dessa former av undersökningar. Dessa två begrepp (validitet och reabilitet), kan tolkas på olika sätt av olika forskare och olika vetenskapsmän har olika sätt att ta sig an dessa problem. Vi menar att vi har en relativt hög internabedömarreabiliteten vilket innebär att forskarna kommer överens om hur de ska tolka observationer. Vi har kommit överens om hur vi ska bemöta problemet i förväg. Vad det gäller stabiliteten i reliabiliteten anser vi att vi har en godtagbar sådan eftersom vi har valt att utgå från böcker som är skrivna inom ämnet och dessa kommer inte att ändras. Dock är vi medvetna om att en annan person som skulle läsa samma litteratur och ha samma fall framför sig men kunna hitta andra infallsvinklar på problemen. Validiteten syftar på att utformade indikationer som är utformade i syfte av att mäta ett begrepp verkligen mäter detta begrepp (Bryman 2002, 88). Vår arbetslivserfarenhet av klädkoder i en intervjusituation har hjälpt oss att undersöka det vi ville undersöka, vilket gör vår studie valid.

7. Litteraturstudie

Nedan redovisas det för den litteratur som utgör empirin för vår litteraturstudie. Därefter följer en analys av denna studie utifrån våra teoretiska analysverktyg. Det vill säga vi delar upp de mest relevanta delarna av litteraturen var för sig och undersöker dessa.

7.1 Klädernas betydelse

I sin bok *Klädernas tysta språk* beskriver Tonie Lewenhaupt (2005) huruvida kläder måste sitta rätt för att kunna berätta. Hon beskriver också huruvida dräkthistorien inte endast är yta och vackra kläder, inte heller är den ett konkret sanningsvittne. Kläderna som finns kvar och som har bevarats av olika anledningar, formar nästan alltid överklassens modeideal. I det offentliga rummet är det hovet och makten som bestämt över smak och stil. Där är intryck samt omvärld allt och man måste demonstrativt framhäva sin uppsatta, socialt privilegierade position (Lewenhaupt 2005, 17).

Enligt Lewenhaupt har det västerländska dräktskiktet, tyst utan motstånd erövrat fler och fler världsdelar. Många länder idag utanför Europa och även i USA klär sig helt och hållet västerländskt. Sedan vad som till punkt och pricka innefattar den västerländska stilen är en

definitionsfråga. Kanske framförallt med tanke på hur många olika stilar som existerar, då inkluderat både på arbetet samt utanför arbetstid. Dock oavsett har klädkoden per definition på arbetsplatsen uppenbarligen ”en bricka” med i denna västerländska stil och på samma sätt som detta dräktskick erövrat alltfler världsdelar så har den strikta klädkoden erövrat alltfler organisationer. Frivilligt eller påtvingat, tycks idag denna så kallade ”västerländska” stil vara en av dessa länders ifråga tydligaste tecken på utveckling i modern ideologi. Varje aktuellt land i detta sammanhang har anammat den västerländska klädkoden helt eller delvis, varpå vissa är mer generella och andra mer svåra att tillägna sig för utomstående. En befolkning kan vara klädda på likande sätt och de tillhör samma tid och plats, varpå de delar en helhet. Dock ingen individ är den andra lik, var och en har sin klädkod. Det handlar om vilken grupp en människa vill tillhöra, vart i samhället han eller hon vill befinna sig (Lewenhaupt 2005, 27). I och med detta menar vi att frågan gällande huruvida individer genom en strikt gemensam klädkod på jobbet avpersonifieras då alla ”liknar” varandra blir desto mer relevant. På United State Bank får personalen inte en välja vilken form eller färg på kostym eller kavaj de ska ha på sig, vilket är fallet där vi jobbar exempelvis. Utan där är uniformerna utformade samt ägs av banken själv och som väntar på de anställda när de kommer till jobbet. Detta måste resultera i att de som arbetar på United State Bank framstår som extremt lika och ingen uppvisar sin ”privata” personlighet alls, vare sig det handlar om en kvinna eller man, mörkhårig eller blond etcetera. Om man ska återgå till reflektionen kring bilderna på olika fastighetsmäklarstilar och huruvida en och samma person endast bedömdes utifrån dess klädsel. Å andra sidan skriver Lewenhaupt vidare att en gemensam klädkod underlättar kommunikationen mellan människor och att leva utanför klädkodens revir kan kännas som att existera i ett tomrum, alla kommunikationer nollställs (Lewenhaupt 2005, 27).

Lewenhaupt (2005) skriver om att på 1800 - talet var behovet och längtan efter att få bära uniform nästan hysteriskt. Det samhälle som då växte fram i samband med industrialismen utvecklades snabbt och effektivt, som var tvunget att organiseras, kategoriseras och disciplineras. Med andra ord kan vi redan då skåda någon form av ”startskott” för den organisering och disciplinering av individer som företag i dag vanligen vill åstadkomma samt den form av bedömning/kategorisering som vi dagligen gör med hjälp av människors kläder, vilket tydliggörs bland annat i samband med Gramnes och Zettergrens (2012) resultat. Uniformens budskap är starkt och kan förknippas med offentlighet, direkthet, självmedvetenhet och tveklöshet. Ingen annan dräkt väcker motstridiga känslor mellan både beundran och avund som uniform. I mötet med en person iklädd uniform kan det väckas både skräck, men också lindring beroende på vem uniformen tillhör, soldaten,

sjuksköterskan, predikanten eller varför inte fastighetsmäklaren eller rekryteraren. En uniform som klädkod handlar mer om en känsla än om ett uttryck. Genom en gemensam klädkod förstärks solidariteten, dock en gemensam klädkod suddar å andra sidan ut identiteten hos individen och den privata statusen och den sociala tillhörigheten blir självklar. Dock precis som idrottsmännens laguniformer försvinner i glömskan när spelen är slut, så tillhör våra olika uniformer, hur moderna och neutrala de än må vara en roll. En roll som existerar utanför hemmet och det privata (Lewenhaupt 2005, 48).

Författarinnan Berit Eldvik till boken *Modemakt - 300 år av kläder* (2010) ställer sig inledningsvis frågan, varför kläder? Eldvik menar att vi inte endast bär kläder för att hålla oss varma eller skymma vår nakenhet. Utan kläder är en komplex del och ett kommunikationsmedel i individens existens. Detta påminner om Lewenhaupts påstående ovan gällande hurvida en gemensam klädkod underlättar kommunikationen och visar på att kläder är någonting mer abstrakt än bara kläder. Alldeles omedvetet men främst medvetet använder vi klädseln för att tala om vilka vi är. Genom våra kläder kan vi visa på allt från nationalitet till innersta grupptillhörighet till ekonomisk och social status samt ålder och kön, vilket förr i tiden var både mycket önskvärt och också uppenbart. Eldvik frågar sig bland annat vad som är mode? Vad människor anser snyggt och klädsamt besvaras förmodligen ofta med ”det är mode”. Dock vad är det? Och vem bestämmer vad som är mode? Detta har i alla tider provats att definieras (Eldvik 2010, 4 & 8). På samma sätt som dessa frågor rent allmänt hålls öppna bör även en öppen rent retorisk fundering vara varför ”modet” eller rättare sagt klädkoden ser ut som den gör inom vissa organisationer och varför just inom dessa organisationer och vem bestämmer detta?

Enligt Eldvik blev 1900 talet en tid i rörelse och kvinnorna fick en starkare ställning och kom ut på arbetsmarknaden. Den innefattar också en tid då damstrumpbyxorna i konstsilke fick sitt genombrott och kjollängden åkte upp och ”gav kvinnorna ben”. 1900 - talet innefattade också en tid då lätta, glansigt lyxiga underkläder blev tillgängligt för fler. Dock oavsett tidsepok innefattas denna av ett visst stilideal som speglar sig i gestaltningen av sakerna runt omkring oss (Eldvik 2010, 107 & 132). Förutom den historiska synvinkeln börjar Eldvik så smått närma sig samtiden och frågan om klädesplagg och kön, vilket som sagt pekar på aspekter som det varit lättare att hitta material kring. Dock några som kanske kommer in på detta ännu mer är författarna Kim K. P. Johnsson samt Sharon J. Lennon (1999).

Boken *Appearance and power* (1999) skriven av Kim K. Johnson och Sharon J. Lennon innehåller olika kapitel som alla är inriktade på klädesplagg i någon bemärkelse. Dock kanske det mest intressanta och mest aktuella för oss som uppsatsskribenter är huruvida det skrivs att kläderna och utseendet drar till sig uppmärksamhet vid social interaktion och att det därför är viktigt att studera effekten av dessa fenomen i den sociala kontexten (Johnson & Lennon 1999, 1). Härmed kan vi återigen relatera till utfallet av Gramnes och Zettergrens resultat samt huruvida de olika ”mäklarstilarna” vägledde kunderna att förknippa var stil med somliga ”fack” både geografiskt samt personlighetsmässigt. Även om de påstår att det är någonting som vi människor kanske inte erkänner rakt ut. Tänkvärt nog börjar vi i och med detta nu se spår av det som vi verkligen vill titta på, nämligen huruvida kläderna drar till sig uppmärksamhet vid social interaktion och att det faktiskt är viktigt att effekten av detta studeras, därav inte sagt att detta har studerats. Varpå det faktum att det överlag är just klädernas påföljd i samband med den sociala kontexten som vi studerar kan och bör anse viktigt.

Johnson och Lennon beskriver att under 1950 – 1980 - talet baserades ofta diskussionerna om klädsel och makt på arbetsplatsen på huruvida vita män satt på toppositionerna och förväntades vara seriösa, pålitliga och disciplinerade. Klädseln på arbetet skulle vara slät, mörk och skraddarsydd, dock under 90 - talet blev klädsel för framgång mer komplicerat med tanke på den ökade mångfalden på arbetsmarknaden. Konsekvensen av detta faktum innebar maktsystem och maktsymbolen (Johnson & Lennon 1999, 59).

Författarna menar att tidigare forskning har koncentrerat sig på kvinnors ”dresscode” på arbetsplatsen med anledning av att klädkoden för män redan var väl känd medan kvinnornas klädsel var mer outforskad. Majoriteten av studierna i fråga har valt att framförallt fokusera på jämförelser mellan kläder och kännetecken associerat med kvinnor respektive män. Det finns också fler aspekter av den kvinnliga klädseln. Bland annat den sexistiska som pekar på att visa upp kvinnliga former, dock också den nyskapande aspekten, som innefattar nyskapande (trendigt och fashion) kontra konservativt utseende. Data från både affärsmänniskor och kvinnor själva som bedömt dess kläder menar på ett negativt samband mellan nyskapande och professionell image. Likväl att både se kvinnlig och professionell ut hamnar möjligen i konflikt med att känna sig bekväm, kanske framförallt för äldre kvinnor, med tanke på strikta skjortor och klackar som gör ont etcetera. Överlag indikerar dock forskning på att mörka färger och slät kostym genererar högre betygsättning

gällande jobbrelaterade mått, även om skillnader i kön uppenbaras (Johnsson & Lennon 1999, 61-63).

I ovanstående material hanteras bland annat huruvida olika typer av kläder kommunicerar, skapar gemenskap och hjälper oss att kategorisera in och bedöma människor. Underlaget pekar också delvis på kläder i förhållande till genus och makt, exempelvis skriver Lewenhaupt (2005) om den militära uniformens maktpåverkan. Dock vad som främst framkommer är kanske det historiska perspektivet och huruvida kläderna förr i tiden användes som statussymbol på ett helt annat sätt än idag, av en viss typ av människor. Allt detta är givetvis relevant och intressant och kommer förmodligen att fortsätta att komma på tal under resans gång. Dock vill vi lyfta frågan ännu mer och bidra med mer aktuell forskning som snarare fokuserar mer på den strikta och strilrena klädkoden inom affärsvärlden än på klädstilar i allmänhet. Som bekant vill vi också istället för att koncentrera oss på den enskilda individen samt frågan om grupptillhörighet, också belysa klädkodens betydelse i samband med interaktionen. Hur påverkar kläderna kontakten mellan människor, om man dessutom har olika typer av kläder? Även om detta ovan påbörjats att beröras, i synnerhet av Johnson och Lennon (1999), anser vi inte att det är tillräckligt. Vill vi närma oss det här ännu mer och för att göra detta kommer vi gå in på beskrivningar gällande den symboliska interaktionismen, vilket förblir vårt huvudsakliga perspektiv

7.2 Analys av litteraturstudie och teorier

I denna del kommer vi att dela upp vår analys i två delar och undersöka var del för sig. Det vill säga med hjälp av relevanta mer specifika delar av vår litteratur kommer vi att analysera och gå ännu djupare in på vårt specifika interaktionsfall intervjusituationen i en rekryteringsprocess. Vi börjar med en analys av våra teoretiska infallsvinklar samt vår litteraturstudie, för att tydliggöra huvuddragen i dessa och ge ökad förståelse för vår litteratur. Troligen gör detta också det lättare att som läsare följa vår nästkommande analys av vår fallstudie

Olika klädstil i samband med social interaktion hämmar om möjligen kommunikationen.

Rekryterarens representativa uppklädnad klädstil kontra den arbetsökandes kanske rent av slappa stil innebär att båda parter måste tänka extra noga på hur de formulerar sig. Detta kan relateras till det som Tonie Lewenhaupt beskriver, det vill säga huruvida en gemensam klädkod underlättar kommunikationen (Lewenhaupt 2005, 27). Därav är det viktigt att även den arbetsökande funderar kring vad denna har på sig, framförallt om den innan intervjutillfället är medveten om det stil som

rekryteraren innehar, för på så vis underlätta kommunikationen och därmed om möjligen öka sina chanser att få ett arbete. För en arbetsintervju består i allra högsta grad av tydlig och bra kommunikation.

Intrycket av att som arbetssökande bli ifrågasatt och bedömd gällande sina kvalifikationer och egenskaper av en rekryterare blir ännu mer påtagligt med tanke på rekryterarens professionella uttryck. Det är inte säkerställt att den arbetssökande ifråga är medveten om detta och det skulle kunna anses som en oavsiktlig gest som är oförenligt med det intryck som innan skapats av något eller av någon, vilket leder oss in på det som Erving Goffman kallar för att upprätthålla den expressiva rollen (Goffman 2009, 52). Förmodligen är en arbetssökande ifråga mycket intresserad av samtalet och att det ska gå så pass bra att känslan av nervositet existerar, varpå intervjuvarens klädsel bidrar ytterligare till detta tillstånd.

Symboler gör det möjligt för individen att sortera samt hantera det materiella men också det sociala i världen i form av kategorisering (Ritzer 2010,303). Med klädkoden som symbol markerar rekryteraren tydligt vem som är vem och även vem som gör vad. Det vill säga med sin specifika klädsel visar rekryteraren sin tillhörighet och det blir överlag mer tydligt vart denna samt den arbetssökande står i relation till varandra, och vad som därav förväntas av respektive part. Detta kan även kopplas till makt perspektivet då företag idag försöker att genom klädseln visa vilket slags företag som kunden har med att göra. Exempel de kinesiska affärsmännen som vill spegla bilden av hur Kinas affärsmässiga värld ser ut (Hedvall 2012, 23). Även United State Bank använder denna metod på sina anställda då de vill ge ett professionellt och seriöst intryck av sin organisation.

Om man ser den sociala interaktionen som en teaterscen, som Goffman (2009), innebär platsen där arbetsintervjun hålls på den främre region varpå förmodligen båda parterna vill framstå som trovärdig. Rekryteraren gör detta genom sin klädsel, vilken säger en hel del om en person yrkesmässiga trovärdigheter vilket visas i resultatet i Ganmes och Zettergrens undersökning. På samma sätt bör en arbetssökande kunna kontrollera samt upprätthålla sin fasad (Goffman 2009, 9 & 97). Genom en ”trovärdig” klädsel förstärks antagligen ett bra intryck från rekryterarens håll, speciellt med tanke på hur vi upprepade gånger har kunnat konstatera hur mycket kläderna ”berättar” om en person. Dock tillsammans med detta krävs det från den arbetssökande att denna svarar korrekt och trovärdigt på de frågor som ställs för att påvisa sin pålitlighet ytterligare.

Den aktuella klädkoden är den ”utrustning” som rekryteraren ifråga förväntas inneha även om den påverkar den arbetssökandes intryck, nervositet etcetera och som tillhör dess yrkesroll. Klädseln hjälper rekryteraren att inta den roll inom interaktionen som han eller hon räknar med, varpå detta beräknas som dennas personliga fasad inräknat både uppträdande och manèr som Goffman talar om (Goffman 2009, 25-30). Med andra ord skulle det kännas konstigt för båda parter om rekryteraren inte tillämpade en viss form av stil. Däremot kan graden av hur strikt denna stil är diskuteras, speciellt återigen med tanke på Gramnes och Zettergrens respondenters reaktioner. En för strikt stil kanske snarare ”hämmer” att få fram det bästa hos en person då denna ifråga glömmer bort vissa saker pga. nervositet som hade kunnat visa på somliga egenskaper. Då är det snarare en idé att använda sig av Business – Casual stilen som hos Gramnes och Zettergren gick hem hos de flesta. Den pekar på trygghet och förtroende men får ändå motparten att känna sig på någorlunda liknande nivå (Gramnes & Zettergren 2012, 41). Är det inte precis den situationen som är önskvärd i en intervjusituation? Att den arbetssökande känner sig trygg och innefår förtroende för rekryteraren, samtidigt som denna till viss mån bör ”visa vem det är som bestämmer” genom sin position. Detta intryck kanske inte skulle verka lika seriöst om rekryteraren ifråga skulle komma in med trasiga jeans och ett linne exempelvis. Detta kan kopplas till vad Erikson (1950/1973) tar upp om identitet då han menar att människan vill att den identiteten ska infinna sig och när den klaras upp finns det ett slags lugn. Dock samspekar den inre identiteten med den yttre, med andra ord den identitet som omvärlden ser. Den yttre identiteten i sin tur skapas av olika löften gentemot andra och oss själv så som att människan har framtidsmöjligheter och en karriär (Erikson 1950/1973 i Hammarén & Johansson 2009, 238). Om då inte personen som var på arbetsintervju skulle ha dessa löften som skulle spelas utan kläderna, till exempel slitna jeans gentemot intervjuaren skulle den yttre identiteten sättas i obalans och då även den inre identiteten och den arbetssökande skulle inte vara tillfreds med sig själv.

Rekryteraren intar med hjälp av klädseln en roll, eller identitet som Hammarén och Johansson (2009) skulle likställa med detta, i alla fall utifrån det socialpsykologiska perspektivet. De beskriver med underlag från Goffman (2009) huruvida människan får olika roller och då också olika identiteter beroende på vilka rum och andra människor som befinner sig i detta rum (Hammarén & Johansson 2009, 27). Rekryteraren stärker sin makt i förhållande till den arbetssökande varpå klädseln är ett attribut för att utspela detta (Hedvall 2012, 10). Detta kan likställas med de män som Hedvall beskriver från Wall Street i sin bok *Maktens Signaler*, som innehar mörk kostym, vit skjorta och slips för att visa på sin makt. Ett annat exempel utspelar sig inom den politiska världen,

varpå ungdomssektionerna innehar en mycket mer avslappnad stil än de politiker som är högre uppsatta och varpå klädseln direkt yttrar sig mer strikt (Hedvall 2012, 26). Kontentan av det hela är att genom sin klädsel påvisar rekryteraren ytterligare till viss mån ojämnliska maktförhållanden som redan infinnas mellan denne och den arbetsökande. Med tanke på rekryterarens rätt att bedöma en arbetsökandes kunskaper redan innan hon eller han tog på sig sin kavaj.

8. Fallstudien

8.1 Fall 1

Karl, 24 år ska på anställningsintervju. Han har precis genomfört en högskoleutbildning på 2 år. Detta är Karls drömjobb, som massör till ett mellanstort företag i Sverige. Han har alla kvalifikationer som behövs och har även arbetat med ungefär liknande arbetsuppgifter tidigare, dock bara som praktik under en sommar. Han känner att det här är hans chans att få komma in på arbetsmarkanden och även få nyttig arbetlivserfarenhet. När Karl kommer till arbetsintervju anmäler han sig receptionen och får sedan slå sig ned för att vänta på intervjuaren. Receptionen går i ljusa färger och det spelas lugnande musik i bakgrunden. På ett bord intill sofforna, där Karl sitter, finns kakor och kaffe att ta för sig medan man väntar. Eftersom företaget vill vara säkra på att de hittar rätt person för jobbet har det anställt en rekryterare/beteendevetare som ska hålla i de första intervjuerna. Per som ska hålla i intervjun är iklädd mörka jeans, en vit skjorta samt kavaj (Se bilaga 2, bild 1). Karl har kommit dit i sina mörka jeans med en vitskojta under pullover som han har på sig (Se bilaga 2, bild 2). Per kommer ut i receptionen och ropar upp Karls namn. Karl reagerar direkt och de tar i hand och presenterar sig för att sedan gå till ett mindre rum på företaget där intervjun ska hållas. Rummet har samma färger som i receptionen, det är två stolar och ett runt bord i mitten av rummet. Intervjun börjar och Per ställer frågor om Karls utbildning, hur han hanterar olika situationer och tidigare arbetslivserfarenhet. Per får Karl att slappna även om det fortfarande finns lite nervositet kvar efter det att intervjun är slut. Per berättar att Karl kommer att återkomma med besked under veckan om det blir en andra intervju eller inte. Karl känner att intervjun har gått bra men att Per var väldigt svår att läsa av.

8.2 Fall 2

Johan, 24 år ska på anställningsintervju. Han har precis genomfört en högskoleutbildning på 2 år. Detta är Johans drömjobb, som massör till ett mellanstort företag i Sverige. Han har alla kvalifikationer som behövs och har även arbetat med ungefär liknande arbetsuppgifter tidigare,

dock bara som praktik under en sommar. Han känner att det här är hans chans att få komma in på arbetsmarkanden och även få nyttig arbetslivserfarenhet. När Johan kommer till arbetsintervju anmäler han sig receptionen och får sedan slå sig ned för att vänta på intervjuaren. Receptionen går i ljusa färger och det spelas lugnande musik i bakgrunden. På ett bord intill sofforna, där Johan sitter, finns det kakor och kaffe att ta för sig medan man väntar. Eftersom företaget vill vara säkra på att de hittar rätt person för arbetet har det anlitat en rekryterare/beteendevetare som ska hålla i de första intervjuerna. Per som ska hålla i intervjun är iklädd kavaj, kostymbyxor, vitskjorta och elegant grå slips (Se bilaga 2, bild 1). Johan har kommit dit i sina halvsitna vardagsjeans och en vanlig vit t-shirt (Se bilaga 2, bild 2). Per kommer ut i receptionen och ropar upp Johans namn. När Johan ser Per känner han sig genast lite underklädd. Johan reagerar direkt och de tar i hand och presenterar sig för att sedan gå till ett mindre rum på företaget där intervjun ska hållas. Rummet har samma färger som i receptionen, det är två stolar och ett runt bord i mitten av rummet. Intervjuen börjar och Per ställer frågor om Johans utbildning, hur han hanterar olika situationer samt om tidigare arbetslivserfarenhet. Per får Johan att slappna av med det finns en hel del nervositet kvar efter det att intervjun är slut. Per berättar att Johan kommer att återkomma med besked under veckan om det blir en andra intervju eller inte. Johan känner att intervjun har gått bra men att Per var väldigt svår att läsa av.

8.3 Analys av fallen

En aspekt som skulle kunna vara avgörande för hur en person representerar sig själv under en intervju är att denne person har en redan klar föreställning huruvida intervjun ska gå till. I Johans och Karls fall kanske Karl har varit på en intervju tidigare i sitt liv och var på så vis mer förberedd vad det gäller klädseln. Utifrån den Symboliska Interaktionismen formas människans tankeförmåga genom social interaktion (Ritzer 2010, 301). Med andra ord infinner sig möjligheten att Karl inte känner sig lika nervös med anledning av att han vet innan hur man ska klä sig för att känna sig så "likvärdig" med rekryteraren som möjligt. Självklart kan detta variera beroende på vem och vilket företag dessa två personer har med att göra. Det kan till och med vara så att Karl vet vilken intervjuare företaget har anlitat och på så sätt införskaffat information om hur klädseln skall vara. Interaktionisterna menar också att det är genom tankeförmågan som kommer utifrån interaktionen som gör det möjligt för människan att handla på ett genomtänkt sätt (Ritzer 2010, 301). Karl som eventuellt tidigare har varit på anställningsintervju har därför tänkt igenom sitt klädval istället för att göra som Johan och enbart komma i "vardagskläder". Den symboliska interaktionen menar att symbolerna kan hjälpa en person att se saker och ting från en annan persons synvinkel, vilket kallas att

inta den andres roll (Ritzer 2010, 303). Eftersom Per (intervjuaren) har en klädkod han måste följa, och övrig personal på företaget, kan det bli svårt för Johan och Karl att sätta sig in i hans synvinkel eftersom det inte är Pers personlig stil. Det blir då svårare för den arbetssökande att inta den andresroll då detta inte är en personligroll utan en spelad roll. För intervjuaren blir det dock lättare att inta Johans roll då han är klädd "som sig själv" och inte lagt så mycket backtanke kring det. Medan Karl kan ha gjort i princip som intervjuaren och tagit på sig kläder för att inta en roll som inte är honom till fullo.

Goffman benämner i sin teori det dramaturgiska perspektivet där han menar att man kan se den sociala interaktionen som en teaterscen. På samma sätt som skådespelare i en teaterpjäs "klär ut" sig till olika roller så använder sig i vårt fall rekryteraren av en viss klädsel för att inta en viss yrkesroll. Det är inte han/hon själv som har valt klädseln vilket gör den opersonlig och till en ren professionell klädsel, som de flesta eventuellt inte skulle välja att ha på sig på sin fritid. Om vi ska tolka detta blir det Johan som är den mest person i sammanhanget som är sig själv till högsta grad. Eftersom både Karl och Per har tänkt till (antingen själva eller inte) på vad de ska ha på sig för kläder för att framstå på bästa sätt. Detta borde betyda att personlighetsbedömningen på Johan blir mer korrekt än den som Per gör på Karl då Johan är den som har utgått mest utifrån sig själv.

Ytterligare ett begrepp som Goffman (2009) tar upp i sin bok *Jaget och maskerna* är just *Jaget*. Som tidigare nämns beskriver Goffman beskriver *Jaget* som en slags image som visas ute på scenen (Goffman 2009, 218). Enligt detta visar förmodligen både Johan och Karl sina *Jag*. Förutsatt att båda vill ha jobbet som massör spelar de förmodligen den roll de tror att Per vill anställa. De kan vara sig själva på vägen till arbetsintervjun men när de kommer in i företagets lokaler börjar de spela en roll, förmodligen som en professionell massör. Goffman menar att med hjälp av ett tillräckligt kraftfullt *Jaget* kan aktörerna få publiken att definiera dem på det sätt som de vill (Ritzer 2010, 306). Detta betyder att om Johan eller Karl har ett tillräckligt kraftfullt *Jag* så kan de övertyga Per om att just de är rätt för jobbet. Ett annat sätt att försöka övertyga Per om att just de är rätt för arbetet är *intryckstyrning*. Detta handlar om att individer som söker styra det intryck som andra får eller gör av dem (Persson 2012, 78). Ett exempel på detta är när Johan känner att han inte är rätt klädd och då känner en nervositet. Detta berättar han inte för Per utan försöker istället gå in i en roll som självsäker. Han visar med andra ord inte vad han känner inför sin publik (Per) utan kanske uttrycker sina känslor för vänner och familj när intervjun är avslutad.

Som framgår av fallen innehar rekryteraren på ett företag en förutbestämd klädkod, en klädkod som denna förväntas bära. Denna förutbestämda yrkesmässiga klädsel används som en symbol av rekryteraren, eller snarare som en symbol ifrån företagets sida för att ytterligare markera den ståndpunkt i form av makt och befogenheter som rekryteraren besitter gentemot en arbetssökande. Detta kan i sin tur leda till möjligen till att det för det arbetssökande som förmodligen inte vill något hellre än att få det aktuella jobbet, till ytterligare grad inser stundens allvar och blir ännu mer nervös än vad han eller hon redan är. Vad de två parterna har på sig påverkar kommunikationen, vilket är A och O i den påtalade situationen. Gör man som Karl och iklar sig ungefär liknade klädsel som rekryteraren underlättar det kontakten och antagligen visar man på samma vis som rekryteraren på ett extra seriöst, representativt och förtroende ingivande intryck genom sin klädsel, vilket bör vara det ideala intryck som man vill ha av en kandidat. Klädseln visar på vilka vi är, vilken social tillhörighet vi har och vilken roll vi innehar och hur vi bedömer andra genom utseende och klädsel. I vårt specifika fall handlar det i högsta grad om att bedöma kvalifikationer samt personliga egenskaper. Klädseln har uppenbarligen också stor inverkan på utfallet av en intervju, vilket kan ses som ett problem eftersom att alla kanske inte har råd att köpa ”passande” kläder men sitter på jättebra kvalifikationer som inte får chansen att framhävas.

För att svara på vår frågeställning har klädkoden betydelse för relationen mellan en rekryterare och en arbetssökande i en rekryteringprocess på fler olika sätt och om möjligen till olika grad beroende på vad det är för företag. Klädkoden påverkar maktförhållandet och ger ett visst intryck, som i sin tur påverkar hur parterna uppträder och därmed också hur en person bedöms. Har parterna liknande klädsel infinner en mer avslappnad stämning, vilket underlättar den sociala dialogen och de kanske till och med känner en viss ”samhörighet” med varandra, varpå det skapas en bättre relation.

9. Avslutande diskussion

Kläder är någonting som vi bär både på jobbet samt privat i form av olika stilar. Varpå detta blir någonting ytterst vardagligt och kanske i många fall ses som någonting som vi ”bara har på oss”. Dock berättar och syftar kläderna och den strikta klädkod framförallt som anställda ”tvingas” bära på somliga arbetsplatser på mer än så. Närmar man sig detta fenomen på ett djupare plan väcks en rad frågor, varav några av dem vi hade för avsikt att öppna för inledningsvis. Exempelvis väckte vi frågan huruvida en person avpersonifieras med anledning av klädkod på arbetsplatsen? Med tanke på hur pass vanligt det är med en striktare form av klädkod på arbetsplatser idag, vilken somliga

arbetsgivare kanske till och med vill att man bär privat i vissa sammanhang, handlar klädkoder på arbetsplatsen i allra högsta grad om att inkräkta på en person privata svängrum. Å andra sidan borde det vara bra att man med hjälp av kläderna kännetecknas med sin yrkesroll så pass mycket att man kan lägga jobbet bakom sig på fritiden och i ditt privatliv. Främst med tanke på vad som kallas för det ”gränslösa” arbetet och som många ser som ett problem. Som upprepade gånger tagits upp är kläderna ett verktyg för att visa på vår sociala tillhörighet/identitet, dock om det är som på United State Bank att man som anställd inte ens själv får välja vilken kavaj eller kostym man vill ha för att visa lite på hur man tycker och tänker som privatperson, då borde ju alla verkligen bli en i mängden både internt och externt. Rent retoriskt leder detta till funderingen huruvida detta bidrar till en ny form av byråkrati?

Med tanke på våra egna erfarenheter av klädkod på vår arbetsplats vet vi att alla på arbetsplatsen anses i princip likadana. Flertalet gånger har vi funderat kring hur somliga kollegor är lite mer privat och under tillställningar utanför arbetet när folk klär sig lite mer fritt utefter sin egentliga stil framkommer en helt annan bild av många. När vi och säkert fler är ute och handlar kläder tänker vi ständigt på huruvida ett plagg utöver det privata också skulle kunna anpassas till arbetsplatsen för att vara ekonomisk om inte annat. Detta visar väl ändå det på en hårfin gräns mellan våra privata samt yrkesmässiga roller. Mer eller mindre är det ett intrång, mot den personliga individens privata sfär. Värt att fortsätta fundera över är om strävan från företagets sida att genom en viss klädkod visa på tillförlitlighet och representativitet utåt sett inte i vissa fall inte har gått för långt? Med detta i åtanke kommer vi in på begreppen roll och identitet. Identitet är något som vi människor har med oss och det finns en yttre och inre identitet (Erikson 1950/1973 i Hammarén & Johansson 2009, 238). Som tidigare har nämnts kan arbetet ge oss en identitet och arbetet blir en del av oss allt eftersom. Men en roll är något vi tar på oss, Goffman (2009) använder begreppet kopplat till en teaterscen. Vad blir det då för skillnad på identiteten och roll? Vi tänker att en roll tas an när man eventuellt känner en osäkerhet eller ska anpassa sig till något man inte är. Vi anser att klädkoderna kan hjälpa en person att gå in i sin roll. I detta fall kanske kavajen och slipsen hjälper Per att gå in i sin roll som intervjuare. Allt eftersom Per fortsätter att hålla intervjuer och blir mer och mer bekväm i denna situation börjar detta blir Pers identitet. Exempel på detta är det vi själva har upplevt när vi tänker på vilka kläder vi ska köpa för att de både ska passa in på företagets klädkod och i vår privata livsstil. Med detta kommer vi allt mer klä oss som vår jobbroll och då ta med oss jobbet in i den privata livsstilen och rollen som vi i början hade har nu förvandlats till en identitet.

Hammarén och Johansson (2009) menar i sin bok att människan nästan alltid strävar efter att nå en ny nivå i sin utveckling (Hammarén & Johansson 2009, 19). En ny nivå kan för vissa personer kan betyda att ha ett arbete som de tycker att de förtjänar eller på annat sätt vill ha. När de sedan ska på en arbetsintervju ligger hela besluttandet i intervjuarens händer, en persons öde ligger i en annans person händer. Det ända som den arbetsökandes person kan göra är att försöka bevisa för intervjuaren att denna är lämplig för rollen som arbetstagare. Vid en sådan situation kan pressen både från yttre världen men också från sig själv vara ytterst påfrestande vilket kan bidra till en stor nervositet och ångest för att inte uppnå målet man själv har satt upp. Vi anser att med hjälp av rätt klädsel kan den arbetsökande stärka sin maktposition gentemot rekryteraren. Vilket kan göra att maktbalansen mellan dessa två aktörer inte blir lika påtaglig.

Hammarén och Johansson (2009) skriver även att människans utveckling appliceras på samhällsutvecklingen (Hammarén & Johansson 2009, 19). Idag anser vi att pressen på ett välbetalt arbete är relativt stor vilket gör att pressen på individen ökar. Det vi kom fram till i vår slutsats är att kläder är en bidragande faktor som påverka relationen mellan den arbetsökande och rekryteraren. Genom sin arbetsklädsel så stärker rekryteraren sin yrkesidentitet medan den arbetsökande genom sin klädsel stärker sin identitet. Rekryteraren i sin tur bedömer den arbetsökandes identitet vilket gör kläderna till en av de avgörande faktorerna i beslutsprocessen. Identiteten blir då en stor del i rekryteringsprocessens beslutfas. Det kulturella perspektivet inriktar sig på ungdomsperioden i en människans liv (Hammarén & Johansson 2009, 20). Om man då kopplar detta till en arbetsintervju situation skulle man kunna dra slutsatsen att en person som får ett arbete i tidig ålder kan då utveckla sin identitet tidigare än en person som får ett arbete i ett senare tillfälle i sitt liv. Detta betyder också att den person som håller i en arbetsintervju har ett stort ansvar gentemot personen som sitter framför. Om han/hon skulle ge ett arbete till personen som denna kanske inte passar för betyder det då att denna i ett senare skede i sitt liv kan hamna i en identitetskris? Dock tror vi inte att så är fallet men att det kan vara anledningen av att personer byter arbete under sin livstid. Men då undrar vi hur det kulturella perspektivet kan mena att synen på arbete spelar in i identiteten? Vår tolkning är att man på ett eller annat sätt sakta vid byte av arbetsplats utvecklar sin identitet och uppnår en ny nivå som det västerländska perspektivet förespråkar. Vi menar med andra ord att utvecklingen av identitet är en blandning av dessa två perspektiv. En person som tidigare i sitt liv har haft ett speciellt arbete kan aldrig ta tillbaka denna erfarenhet men denna person kan bygga på sin erfarenhet med yttligare ett arbete. Dock kan det vara så att en person som tidigare har varit snikrare som i dagsläget är sjuksköterska ser sig själv som snikrare i dagsläget då han/hon

fortfarande har mest erfarenhet inom detta ämne. Dock kan omvärlden se på honom eller henne som sjuksköterska. Då tror vi att med hjälp av omvärldens syn på denne person kommer även synen på sig själv ändras för denna person. Detta borde betyda att en person som ska på arbetsintervju måste tror sig vara kapabel för att passa till rollen som intervjun handlar om. Ett sätt för att göra detta skulle då kunna vara med hjälp av kläder och klädernas språk. Man kopplar ihop identitet med sociala strukturer, intuitioner och positioner (Hammarén & Johansson 2009, 27), vilket gör det ännu tydligare att en arbetsintervju kan vara en avgörande punkt i en människas liv. Om en position eller intuition kan vara identitets skapande har även jobbet en avgörande faktor i identitetskapandet eftersom jobbet oftast kopplas samman med positioner eller intuitioner.

Det finns personer som exempelvis inte beter sig på samma sätt på jobbet som i hemmet, de spelar en roll. Goffman (2009) tar upp i sin bok hur personer tar på sig olika roller och därmed olika identiteter (Hammarén & Johansson 2009, 27). Det kan beroende på vilket rum och vilka människor som finns runt omkring beter man sig olika eftersom man försöker bemöta det som man tror förväntas av en själv? Om man sätter in detta i en arbetsintervju situation kommer då intervjuaren och den arbetsökande att ta på sig de roller som den andra förväntar sig att denna gör. Om den ena inte uppfyller kraven kommer mötet förmodligen att bli besvärat och ansträngt. Eftersom det i detta fall är intervjuaren som har makten då det är han eller hon som sitter inne på beslutet om den arbetsökande ska gå vidare i processen eller inte blir det automatiskt att den större delen av pressen att spela sin roll på bästa sätt ligger hos den arbetsökande. Detta skulle innebära att den arbetsökande måste spela en så pass bra roll, att den som håller i intervjun måste tror på den att denna person innehar en sådan identitet som den ger uttryck för och inte enbart spelar en roll. Kläderna vid en arbetsintervju kan hjälpa till att spela en roll. I dagens samhälle är vi mer tillåtna att identifiera oss med olika identiteter och roller vilket gör att vi kan vara en person i vårt arbete och en annan utför. Detta skulle enligt oss göra det lättare för den arbetsökande att spela en roll på arbetsplatsen för att sedan kunna gå hem och ”vara sig själv”. Detta kanske gör att du på ett bättre sätt kan leva dig in i rollen på din arbetsplats och med det till exempel kunna försörja dig.

Vi tror absolut att makt i relation till kläder kan ha en stor betydelse för hur den arbetsökande känner sig vid en arbetsintervju. Som Hedvall tar upp i sin bok utspelar sig makt i fysiska attribut såsom stil, kläder, frisyrier, vanor, bostäder, smycken mm (Hedvall 2012, 10). Om då den ena har en klädstil som är lite mer exklusivare i den andres ögon får denne direkt övertag. Beroende på vilket arbete den arbetsökande söker kan klädstilen variera. En person som söker ett lagerjobb har inte

samma förväntningar på sig som en person som söker en chefposition. Dock ifrågasätter vi detta tankesätt då vi anser att man måste kunna ta personen ut ur sitt perspektiv. Båda dessa personer som söker arbetet befinner sig i samma situation. Därför anser vi att kravet på klädsel borde vara den samma. I våra fall befinner sig Johan och Karl sig i samma situation. Karl har dock valt att klä sig mer propert till skillnad från Johan som känner sig underklädd och på så sätt tappar sitt ansikte direkt och en osäkerhet infinner sig. Dock anser vi att klädernas betydelse inte borde spela så stor roll då det är en bedömning av person och kvalifikationer för arbetet som skall bedömas. Vi tror att intervjuare försöker bortse ifrån kläderna med vi tror som sagt tidigare att det finns en sådan stor undermedvetenhet i detta ämne så de påverkar ändå. Hur ska man då göra för att få bort detta? Ett exempel skulle kunna vara att utnyttja tekniken med till exempel Skype. Då ser man inte kläderna personen har utan enbart ansiktet. Detta tar bort ett bedömningsmoment för intervjuaren vilket vi anser är en positiv sak. Ytligare en fördel som vi anser tillkommer är att klädkoder företag har inte framkommer lika mycket. Detta gör att den arbetsökande inte heller kommer att vara nervös för att den har fel kläder på sig.

Hedvall tar också upp i sin bok att företag använder sig av kläder för att skapa det märke de vill ha på arbetsmarknaden. Ett exempel kan vara den kinesiska affärsmännen som är klädda på ett sätt att de ska spegla bilden av hur de vill att Kina ska framstå med andra ord: styrd ekonomi och försiktiga förändringar med ordet stabil som grund (Hedvall 2012, 23). Detta gör dock att den som söker till ett företag vet mer om hur han eller hon förväntas klä sig och kan redan då få en bild av om det är något som denna person kan identifiera sig med. Företaget får då en maktposition gentemot de som söker jobb då de redan i detta läge kan selektera bort en del personer som inte skulle passa för rollen på företaget.

Kläder och klädkoder väcker uppenbarligen en rad frågor. Det inga lätta frågor att besvara, frågan är om det överhuvudtaget och någonsin går att få en definitiv klarhet i detta? Dock hoppas vi i alla fall att vi har lyckats komma lite närmare en lösning på dessa gåtor och att du som läsare inte utelämnas åt slumpen. Om vi går vidare till en intervjusituation mellan den arbetsökande och rekryteraren. Här kan vi se ett klart mönster att kläderna har betydelse för hur dessa personer uppfattar varandra. Det vi även kan se är att kläderna kan göra så en person uppfattar sig själv på ett visst sätt. Människors första intryck av varandra innefattar ofta en bedömning av kläderna och den stil som denna person innehar. Ett första intryck kan vara otroligt viktigt när en arbetsintervju skall göras eftersom det är en begränsad tid som rekryteraren har på sig att göra en bedömning. Samtidigt har kläderna en stor betydelse i maktbalansen mellan dessa två människor då vissa kläder (som till

exempel kavaj) är en symbol för makt vilket gör att rekryteraren med sina kläder som är utformat för att spela en person med makt får ett övertag. Sedan är kläderna bara en del i maktbalansen då även andra aspekter spelar in. Beroende på erfarenhet kan denna känna sig tryggare eller osäkrare i situationen. Sammanfattningsvis kan vi konstatera att den symboliska betydelsen som klädkoderna har i relationen mellan en rekryterare och den arbetsökande främst är den makt som rekryteraren utstalar vilket sätter den arbetsökande i underläge redan innan intervjun har börjat. Sedan kan kläderkoder även hjälpa företaget att ge ett seriöst intryck inför den arbetssökande som även det kan hjälpa till att påverka maktbalansen till rekryterarens fördel.

10. Framtida forskning

Rafaeli och Pratt skriver i sin artikel huruvida klädkoder inom organisationer är allmänt förekommande, dock förbises detta inom organisatoriska studier (Rafaeli och Pratt 1993:32). Att klädkoder är ett utforskat ämne har vi personligen också märkt i samband vårt sökande efter material till denna uppsats. Framförallt är det utforskat ämne på den svenska marknaden och angående detta skulle vi vilja se en förändring. Dock verkar vikten av klädselns samt dess påverkan vara någonting så pass undermedvetet, att det eventuellt försvårar forskningsarbetet kring detta. För det är ju svårt att fråga människor om någonting som de egentligen kanske inte är riktigt är medvetna om. Det som skulle var intressant är att observera en traditionell arbetsintervju som äger rum ansikte mot ansikte i ett vanligt rum där de inblandade parterna ser hela kroppen samt varandras kläder. För att sedan jämföra denna med en arbetsintervju via exempelvis Skype som vi tog upp i vår diskussion och se om relationen och vidare utfallet upplevs annorlunda på något vis när rekryteraren kontra den arbetssökande inte ser varandras klädsel. Intressant skulle också vara att bredda fältet och även inkludera andra utseendeattribut samt dess påverkan på en interaktion. Såsom exempelvis frisyrier, tatueringar eller smink det vill säga andra faktorer som är en del av en individs identitet.

11. Referenser

11.1 Litterära referenser

Bryman, Alan (2002). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi

Eldvik, Berit (2010). *Modemakt: 300 år av kläder*. Stockholm: Nordiska museets förlag

Goffman, Erving (2009). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 5. uppl. Stockholm: Norstedts

Hammarén, Nils & Johansson, Thomas (2009). *Identitet*. 1. uppl. Stockholm: Liber

Hedvall, Barbro (2012). *Maktens signaler: från plym till naket huvud*. 1. uppl. Stockholm: SNS förlag

Johnson, Kim K. & Lennon, Sharon J. (red.) (1999). *Appearance and power*. Oxford: Berg

Lewenhaupt, Tonie (2005). *Kläders tysta språk*. Stockholm: Atlantis

Persson, Anders (2012). *Ritualisering och sårbarhet: ansikte mot ansikte med Goffmans perspektiv på social interaktion*. 1. uppl. Malmö: Liber

Ritzer, George (2009). *Sociologisk teori*. 1. uppl. Malmö: Liber

Weber, Max (1983). *Ekonomi och samhälle: förståendesociologins grunder. 1, Sociologiska begrepp och definitioner. Ekonomi, samhällsordning och grupper*. Lund: Argos

11.2 Elektroniska referenser

Gramnes, Kalle & Zettergren, Steven (2012). *Fastighetsmäklarens klädsel – Hur påverkar den kunden?*. Kandidatuppsats., Karlstad: Karlstad Business School
kau.diva-portal.org/smash/get/diva2:541896/FULLTEXT01

Rafaeli, Anat & Patt G, Michael (1993). *Tailored Meanings: On the Meaning and Impact of Organizational Dress*, *The Academy of Management Review*. Vol. 18. 33-55.

United State Bank, (2010). Hämtat den 4 december, 2012.

http://www.serviceteam.co.uk/diy_articles/2010_ubs%20dressguide_e1.pdf

12. Bilagor

12.1 Bilaga 1

Exempel på *Den formell klädseIn:*



Exempel på *Business-casual:*



Exempel på *Den avslappnade stilen*:



Exempel på *Jokern*:



12.2 Bilaga 2

Exempel på Pers Klädstil:



Exempel på Karls Klädstil:



Exempel på Johans Klädstil:

