

”Vad jobbar du med?”

En kvalitativ studie av hur identitet och status är förankrat i yrkestitlar

Av: Josefin Berg & Sofia Börjeson

Handledare: Alexandra Bogren
Södertörns högskola | Institutionen för Samhällsvetenskaper
Kandidatuppsats 15 hp
Sociologi C | Höstterminen 2018



Förord

Uppsatsens samtliga delar har gemensamt skrivits av bägge uppsatsförfattarna och därmed tar vi ett gemensamt ansvar för dess innehåll. Även samtliga åtta intervjuer har genomförts av oss båda. Vår önskan är att du som läsare ska få inblick i hur yrkestitlar kan användas som statusmarkör samt hur de kan vara en del av individens identitet.

Vi vill passa på att rikta ett stort och hjärtligt tack till studiens nio respondenter. Tack för er medverkan och bidrag i form av de upplevelser och tankar som ni delat med er av. Det är ni som har gjort denna studie möjlig att genomföra.

Vi vill samtidigt tacka vår handledare Alexandra Bogren för det engagemang och de värdefulla kommentarer som hjälpt oss genom uppsatsens gång. Slutligen vill vi tacka Anna, Fredrik och Malin som korrekturläst uppsatsens olika delar samt givit konstruktiv feedback.

Josefin Berg & Sofia Börjeson

Stockholm, januari 2019

Abstract

The purpose of this study is to investigate if and how job titles come with status for individuals. It is also of interest to study whether job titles can be linked to the identity of the individual. To reach an answer to these questions, we have conducted eight semi-structured interviews with nine respondents who work within eight organizations with offices in the Stockholm region. All respondents belong to their respective organizations' Human Resource department. The study is based on theories including Goffman (2009), Hinton (2003), Jenkins (2014) and as well as Ulfsdotter Eriksson and Flisbäck (2011) that touches upon identity, categorizing and status. Results show that job titles have a considerable impact on the individual's identity and status. However we see tendencies of attempts to distance oneself which might cause the work title to become less significant in the identity and status process. All interviews clearly show that social structures are strongly connected with the individual's identity and status.

Keywords: *social identity, status, Human Resource, job titles*

Sammanfattning

Syftet med denna studie är att undersöka om och i så fall hur yrkestitlar är statusbärande för individer. Det är även av intresse att studera om yrkestitlar kan kopplas samman med individens identitet. För att närma oss svar på detta har vi genomfört åtta semistrukturerade intervjuer med nio respondenter som arbetar inom åtta olika organisationer som alla verkar inom Stockholmsområdet. Samtliga respondenter tillhör respektive organisations HR-avdelning. Studien utgår från teorier av bland annat Goffman (2009), Hinton (2003), Jenkins (2014) samt Ulfsson Eriksson och Flisbäck (2011), som berör identitet, kategorisering och status. Resultatet visar att yrkestiteln har en betydande roll för individens identitet och status. Vi ser dock tendenser till att försök görs att distansera sig vilket kan tyda på yrkestiteln kommer bli allt mindre betydande i identitets- och statusprocessen. Det framkommer tydligt i samtliga intervjuer att sociala strukturer är starkt sammankopplade med individens identitet och status.

Nyckelord: *social identitet, status, Human Resource, yrkestitlar*

Populärvetenskaplig sammanfattning

Denna studie försöker finna svar på om och i så fall hur yrkestitlar är statusbärande för individer. Det är även av intresse att studera om yrkestitlar kan kopplas samman med individens identitet. Studien bygger på nio respondenters utsagor som framförts under semistrukturerade intervjuer. Svaren har sedan analyserats utifrån teorier kring identitet, status och kategorisering. Kategorisering i denna studie utgår från att individer och grupper sorteras in i olika fack grundat i likheter och olikheter. Resultatet visar att yrkestiteln har en betydande roll för individens identitet och sociala status. Vi ser dock tendenser till att försök görs att distansera sig från yrkestiteln genom att framhäva andra attribut, exempelvis fritidsintressen. Detta tycks tyda på att yrkestiteln kommer bli allt mindre betydande i identitets- och statusprocessen. Det framkommer tydligt i samtliga intervjuer att sociala strukturer, det vill säga relationer mellan individer och grupper samt olika roller och positioner, är starkt sammankopplade med individens identitet och status.

Innehållsförteckning

1. Introduktion.....	1
1.1 Syfte.....	2
1.2 Frågeställningar.....	2
1.3 Begreppsdefinition.....	3
1.4 Disposition.....	3
2. Tidigare forskning.....	3
2.1 Organisationens perspektiv på yrkestitlar.....	3
2.2 Yrkesstatus.....	4
2.3 Gruppidentitet.....	4
2.4 Självpresentation.....	5
2.5 Sammanfattning av tidigare forskning.....	6
3. Teori.....	6
3.1 Självpresentation.....	7
3.2 Kategorisering.....	7
3.3 Status.....	9
3.4 Sammanfattning av teori.....	9
4. Metod.....	10
4.1 Metodologisk ansats.....	10
4.2 Urval.....	10
4.3 Respondenter.....	12
4.4 Databinsamlingsmetod.....	12
4.4.1 Praktiskt genomförande.....	13
4.5 Dataanalys.....	14
4.6 Trovärdighet och tillförlitlighet.....	15
4.6.1 Trovärdighet.....	15
4.6.2 Tillförlitlighet.....	15
4.7 Etiska principer.....	16
4.7.1 Informationskravet och samtyckeskravet.....	16
4.7.2 Konfidentialitetskravet.....	16
4.7.3 Nyttjandekravet.....	17
4.7.4 Maktobalans vid två intervjuare.....	17

5. Resultat och analys	17
5.1 Syftet med yrkestitlar- första tankarna från respondenterna.....	17
5.2 Yrkestiteln som statusmarkör	20
5.2.1 Respondenternas självpresentation	20
5.2.2 “Vad jobbar du med?”	22
5.2.3 Utanför yrkessammanhang: Hur respondenterna upplever att omgivningen reagerar på deras självpresentation	23
5.2.4 I yrkessammanhang: Hur respondenterna upplever att omgivningen reagerar på deras självpresentation	25
5.2.5 Hur reagerar respondenterna på andras självpresentationer	27
6. Sammanfattning och diskussion	29
6.1 Resultatdiskussion	29
6.2 Avslutande reflektion.....	31
7. Källförteckning	34
8. Bilagor.....	37
8.1 Bilaga 1: Intervjuguide	37
8.2 Bilaga 2: Första mailutskicket	40

1. Introduktion

Yrkestitlar förändras, försvinner och nya skapas, som en slags spegelbild av hur samhället utvecklas (Helsingborgs Dagblad, 2011). Läsning av diverse olika artiklar och sociala media avslöjar att yrkestitlar diskuteras flitigt och många verkar ha åsikter kring ämnet (Finansliv, 2015; Helsingborgs Dagblad, 201; Jönköpings Posten, 2016; Kollega, 2017). Det sägs försiggå en "vilda västern över vår yrkestitel flora" (Finansliv, 2015). En inflation i yrkestitlar och ständig jakt på dem resulterar många gånger i att det blir en diskrepans mellan yrkestiteln och vad en faktiskt gör. Allt fler yrkestitlar är på engelska och har olika kreativa inslag, såsom "Sales Ninja" och "Master Handshaker". Detta knyts till att engelskan är ett högstatusspråk i dagens Sverige och syftet att ha engelska yrkestitlar är då bland annat att höja en yrkesgrupps status. Vissa menar också att kreativa titlar krävs för att sticka ut från mängden och få uppmärksamhet. Baksidan med inflationen i yrkestitlar och de allt fler engelska benämningarna kan vara problematiken kring att förstå sin egen yrkestitel och dess innebörd men också andras yrkestitlar (Jönköpings Posten, 2016; Kollega, 2017; T+D, 2012). Kritiska röster menar att den vildvuxna floran av yrkestitlar måste stoppas. Genom att stryka gamla yrkestitlar och införa nya med högre informationsvärde finns förhoppning på färre yrkestitlar samt en tydligare struktur inom organisationen (Göteborgs universitet/Medarbetarportalen, 2012).

Yrkesbenämningar för olika yrkesgrupper har förändrats över tid och kan ses följa samhällets utveckling. Efter andra världskrigets slut började kvinnor i allt större utsträckning lönearbeta i Sverige. Nya feminina yrkestitlar tillkom såsom lärarinna, och diskussion fördes knappt kring huruvida det var en fråga eller inte att kvinnor och män skulle tituleras olika. Senare under 1900-talet började dock de uppdelade yrkesbefattningarna mellan män och kvinnor möta aktivt motstånd. Dock verkar det som att vi än idag på nya yrkesbenämningar ger indikation på om det är en kvinna eller man, exempelvis livsstilsbloggerska (Språktidningen, 2017).

När det gäller HR-fältet (Human Resource) mer specifikt menar Otto Granberg (2011) att det har skett en förskjutning i begreppen. Efter andra världskrigets slut började personalfrågorna att utvecklas och kom då att kallas för personaltjänst. Därefter har de avlösts med benämningar som personaladministration (PA) och personaladministratör, Human Resource Management (HRM) och Human Resource (HR). Två anledningar till att de svenska begreppen övergick till engelska var dels på grund av den ökade individualiseringen i arbetslivet och dels att personer som arbetar inom HR-branschen trodde att ett modernare språk skulle ge större legitimitet och ge ett mer professionellt intryck. HR-fältets fokus flyttades dessutom från den inre verksamheten till omvärlden samt intog alltmer ett ledningsperspektiv. Flera av dem som tillämpar de engelska begreppen HRM och HR menar att de betyder något annat än de gamla svenska begreppen som PA (Granberg, 2011). Granberg (2011) menar dock att de svenska och

engelska begreppen står för samma sak, frågor som rör de anställda, men vilka perspektiv som de intar skiljer sig delvis åt.

Förutom att språkliga benämningar tycks vara en bidragande faktor till att framställa HR på ett önskvärt sätt kan även utbildning påverka omgivningens intryck av yrket. Ylva Eriksson Ulfsson och Marita Flisbäck (2011) menar att kunskap och utbildning är viktiga komponenter för att yrken ska tillskrivas status. Jerry Hallier och Juliette Summers (2011) framhåller att HR är ett av de yrkesområden som i allt större utsträckning fylls av akademiker och en examen krävs desto oftare som ett inträdeskrav.

Granberg (2011) anser att det är viktigt att en person som arbetar inom HR är specialiserad inom ett område för att utveckla sin egen yrkesidentitet. Samtidigt som forskning visar på att yrkestillhörighet påverkar en individs sociala identitet starkt och medför yrkesidentitet pekar annan forskning på att yrkesidentitet har spelat ut sin roll (Isacsson & Silvé, 2002; Sennett, 2000). Sennett (2000) skriver om ökad rörlighet i dagens arbetsliv och att arbetsuppgifter präglas av flexibilitet, vilket resulterar i att vi inte längre skapar oss en stabil yrkesidentitet, då det kräver mer långsiktiga band. Istället diskuteras det kring huruvida andra sammanhang ersätter yrkesidentiteten, såsom föreningsliv, vänskapsrelationer eller konsumtion (Isacsson & Silvé, 2002; Ulfsson Eriksson & Flisbäck, 2011).

Mot bakgrund av den ”vilda västern” som sägs försiggå kring yrkestitlar (Finansliv, 2015) samt dubbeltydigheten i forskningen om yrkesidentitet finner vi det intressant att studera om och i så fall hur yrkestiteln är en del av en individs identitet och status.

1.1 Syfte

Syftet med studien är att undersöka om och i så fall hur yrkestitlar är statusbärande för individer som arbetar inom HR-fältet. Det är även av intresse att studera om yrkestitlar kan kopplas samman med individens identitet.

1.2 Frågeställningar

- Vad upplevs syftet med yrkestitlar att vara?
- Är yrkestiteln en del av individens identitet? Och i så fall hur?
- Hur ser respondenterna på relationen mellan yrkestitlar och status?

1.3 Begreppsdefinition

HR: Human Resources- Avser ofta personalfunktionen men också själva personalarbetet (Ulfsson, 2013).

HRM: Human Resources Management- En organisationsfilosofi som tar fasta på personalen som organisationens viktigaste resurs (Ulfsson, 2013).

Social identitet: Identitet är sociala fenomen och benämns därför social identitet (Jenkins, 2014). Begreppen social identitet och identitet kommer användas synonymt i uppsatsen eftersom de ofta används liktydigt i såväl teori som i vardagligt språk.

1.4 Disposition

Nedan görs en genomgång av tidigare forskning för att visa hur vi positionerat oss inom fältet samt för att belysa den kunskapslucka som studien försökt fylla. Efter detta följer en redogörelse för de teoretiska utgångspunkterna som använts för att analysera studiens insamlade material. Vidare presenteras studiens metodval, tillvägagångssätt och arbetet kring etiska aspekter. Därefter följer kapitlet om studiens resultat och analys. Avslutningsvis läggs en sammanfattning och slutdiskussion fram där det ges svar på studiens frågeställningar samt avslutande reflektioner och tankar kring vidare forskning inom området.

2. Tidigare forskning

I detta kapitel presenteras ett urval av tidigare forskning som berör identitet och status. Detta då studien syftar till att förstå om och i så fall hur just identitet och status är förankrat i yrkestitlar. Den tidigare forskningen presenteras under fem rubriker som rör sig från ett organisationsperspektiv till ett perspektiv kring hur individer positionerar sig gentemot varandra.

2.1 Organisationens perspektiv på yrkestitlar

Adam Grant, Justin Berg och Daniel Cable (2014) har genomfört en studie där de undersökt psykologiska konsekvenser av självbenämnda yrkestitlar. De kombinerade induktiva kvalitativa metoder med deduktiva experimentella metoder. Forskarna ser att yrkestitlar är en resurs som hjälper organisationer att hantera och strukturera sin personal, sålunda används yrkestitlar i olika personalfunktioner. Yrkestiteln syftar till att beskriva ansvarsområden och kommunicerar ut kunskaper, färdigheter, förmågor och andra egenskaper som den anställda förväntas besitta. Detta kan exempelvis ligga till grund för kartläggning av löner och andra förmåner. Yrkestitlar kan även vara viktiga för sammanhållning och förtroende inom

organisationer. Det framkommer att yrkestiteln medför långsiktiga konsekvenser för de anställdas identitet (ibid).

Under de senaste två decennierna verkar det som att självbenämnda yrkestitlar ökat inom organisationer. Trenden ses som en konsekvens av ökad anpassning till individuella erfarenheter samt strävan efter att särskilja sig från andras jobb. Exempelvis finns det titlar som "Director of chaos" och "Director of first impressions". Självbenämnda yrkestitlar kan även vara en reaktion på att hierarkin och byråkratin inom organisationer minskar. Därav öppnas dörrar för de anställda att kombinera officiella statussignalerade yrkestitlar med personliga kreativa yrkestitlar. Detta skapar en bro mellan de anställdas önskan om identitetsuttryck och organisationens strävan efter kontroll och samordning (Grant, Berg & Cable, 2014).

2.2 Yrkesstatus

Ylva Ulfsdotter Eriksson och Lennart G Svensson (2009) har genom en sociologisk studie undersökt hur yrken uppfattas och värderas. De menar att yrken utgör en social struktur och beskriver bland annat inflytande, makt och kvalifikationer knutet till yrken. Studien visar statistik på att yrken har olika hög status. Yrken med hög status hamnar högt upp på listan och kännetecknas generellt av höga positioner inom organisationer, exempelvis verkställande direktör (VD) och läkare. Längre ner på listan finns ett flertal yrken inom vård och omsorg samt yrken som karaktäriseras av ingen eller låg utbildning, såsom olika administrations- och assistentroller. Det framkommer att det finns en diskrepans mellan den allmänna uppfattningen om vissa yrkens status och vad respondenterna anser att yrket borde ha för status.

2.3 Gruppidentitet

Hallier och Summers (2011) artikel handlar om hur HRM-studenter under sin studietid förstår och tolkar yrkesidentitet. Studien är baserad på intervjuer med brittiska universitetsstudenter som studerar sitt sista år inom HRM. Den syftar till att undersöka hur studenterna flätar samman sina kärnvärderingar, yrkesförväntningar och teoretiska kunskaper. Med hänvisning till teorier om social identitet beskrivs strategier som används för att ansluta sig till en hög(re)- statusgrupp. Vissa studenter menar att HRM är en högstatusgrupp och att deras inresa till gruppen både är möjlig och önskvärd. Dessa studenter självkänsla grundar sig i att de identifierar sig med HR-branschens mål och intressen. De studenter som anser att HRMs yrkesstatus inte är given intar strategier för att undvika att identifieras med branschen. Då det finns ett urval av perspektiv på HRM ges det möjlighet för studenterna att tillämpa och konstruera stereotyper på ett sätt som gynnar den egna personliga tillfredsställande HR-identiteten (ibid). En sådan stereotyp kan exempelvis vara att en är strategisk och social om en arbetar inom HR.

Kate Walsh och Judith R. Gordons (2008) forskningsöversikt om sociala identiteter och organisationsidentiteter syftar till att undersöka hur individer skapar en egen yrkesidentitet. Yrkesidentiteten är komplex eftersom den tar hänsyn till aspekter såsom kön, ålder och etnicitet. Individer tenderar att identifiera sig med högstatusgrupper samt organisationer och tillhörigheten får individen att känna sig prestigefylld, unik jämfört med utomstående samt att upprätthålla en positiv arbetsrelaterad självbild. Att en yrkesutövare väljer att identifiera sig med antingen en organisation eller arbetsuppgifter beroende på vad som väger tyngst och medför status ses som en strategi. Är båda grupperna statusfyllda kan individen använda båda i sitt identitetsskapande (Walsh & Gordon, 2008).

2.4 Självpresentation

Yrkestitlar kan medföra olika möjligheter såsom att den anställda genom sin yrkestitel kan komma i kontakt med önskade personer. Yrkestiteln kan också medföra negativa konsekvenser i form av stress och frustration för den anställda. Exempelvis kan personer inom socialt stigmatiserade yrken undvika att tala om sin titel. Yrkestitlar som inte direkt förmedlar negativa signaler kan ändå medföra negativa konsekvenser i form av förvirring kring titeln och vad en kan förvänta sig för kompetenser och kunskaper (Grant, Berg & Cable, 2014).

Yrkestitlar är inte enbart av betydelse för individen på arbetsplatsen utan även i andra sociala sammanhang. Yrkestitlar är ofta den första informationen vi kommunicerar när vi träffar nya människor och en första fråga som ofta uppkommer är vad personen ifråga jobbar med (Grant, Berg & Cable, 2014; Ulfsdotter Eriksson & Flisbäck, 2011). Denna fråga uppkommer såväl på arbetsplatsen som i andra sociala sammanhang när vi träffar nya människor samt när vi presenterar oss online. I de olika fallen kan yrkestiteln fungera som en identitetsmärkning och bära på status. Dock har yrkestitlar getts mindre uppmärksamhet än andra attribut som kläder och ägodelar, när det gäller studier av betydelsefulla markörer som sänder ut statussignaler (Grant, Berg & Cable, 2014).

Ulfsdotter Eriksson och Flisbäck (2011) lyfter att yrket ses som en grundläggande aspekt för vår identitetsuppfattning och berör normer om vad vi tänker, känner och hur vi beter oss. Moraliska värderingar görs utifrån vad en individ uppfattar vara korrekt i en given situation (Sayer, 2005). Yrkestitlar syftar till att ge information om vad en person kan och sysselsätter sig med under dagarna. Får vi dessutom kunskap om vilket företag personen ifråga arbetar på skapar vi oss en bild av vem vi står och samtalar med. Ett yrke kan fungera som en kategoriserande princip som positionerar oss och andra. Vi tenderar att frisera och förbättra vår titel när vi presenterar oss för andra, för att på så vis påverka till det bättre hur andra uppfattar oss samt vinna erkännande och respekt (Ulfsdotter Eriksson & Flisbäck, 2011). Richard Sennett (2007) menar att i det senmoderna samhället vinns erkännande genom att andra

personers erkännande och respekt minskar. Vi mäter våra förmågor och värden i jämförelse med andra, vilket har lett till ett slags nollsummespel. Människovärdet har alltmer kommit att handla om prestationer (ibid).

Maths Isacson och Eva Silvén (2002) hävdar däremot att yrket har fått mindre betydelse för individens identitet. Det har skett en förskjutning från att "vara" till att "jobba som" vilket dels är en konsekvens av den "nya" flexibla arbetsmarknaden och dels är en fråga om förändring kring identitetsformering. I dagens samhälle definierar sig människor utifrån flera andra kategorier än yrkestillhörighet, exempelvis genus och ålder (ibid).

2.5 Sammanfattning av tidigare forskning

Ovan belyses att yrket har en betydande roll för individens identitet och status såväl i som utanför yrkessammanhang. Det framkommer ett flertal perspektiv angående HR-fältet gällande dess syfte, karriärmöjligheter och status. Ett perspektiv kan påverka huruvida en vill identifiera eller distansera sig från yrket. Under det senaste decenniet har HR-yrkets status höjts. Denna utveckling gör det intressant att studera hur personer inom HR-fältet idag identifierar sig med sin yrkestitel och om den är statusbärande.

Samtidigt visar viss forskning på att den flexibla arbetsmarknaden bidrar till att människor definierar sig utifrån andra kategorier än enbart yrkestillhörighet. Yrkestitlar har getts mindre uppmärksamhet än andra artefakter som kläder och ägodelar när det gäller studiet av betydelsefulla markörer som sänder ut statussignaler. Tidigare forskning visar alltså att yrkestitlar är intressant att studera ur ett sociologiskt perspektiv. Då dubbeltydighet förekommer kring yrkestitlars betydelse för status och identitet finner vi det relevant att studera fenomenet vidare.

3. Teori

I forskning gällande identitet och meningsbärande processer för grupper och individer finns det en mängd olika perspektiv. Vissa perspektiv riktar fokus mot individen och de psykologiska aspekterna medan andra intar ett mer relationellt perspektiv, där det förekommer ett samspel mellan individen och dess omgivning. Vi har inte för avsikt att redogöra de olika perspektiven på identitet utan koncentrerar oss på de relationella perspektiven för att närma oss förståelse kring om och hur identitet har ett samspel med yrkestitlar. Även perspektiv på status och kategorisering kommer att presenteras i detta kapitel. Vi tror att det finns både mikro- och makroorienterade förklaringar till om och i så fall hur yrkestiteln är statusbärande för individen samt om yrkestiteln kan kopplas samman med individens identitet. Därav behövs både avsmalnande och mer övergripande teorier som kan hjälpa till att söka förklaring på studiens frågeställningar. Teorierna presenteras under rubrikerna; självpresentation, kategorisering och status.

3.1 Självpresentation

Enligt Richard Jenkins (2014) skulle det inte existera en mänsklig värld om identitet inte fanns. Vi pratar ständigt om identitet även om själva ordet inte alltid förekommer. Identitet är rotad i språk och handlar om att veta *vem som är vem*. Vi måste veta vem vi är och vilka andra är, andra måste veta vilka andra är, vi måste veta vilka de tror att vi är och så vidare. Ledtrådar som vi sätter stor tilltro till gällande att identifiera en annan individ är bland annat symboler som kläder. Även frågor hjälper oss att definiera och identifiera vem vi har framför oss. Symboler och frågor används som ledtrådar då människan inte enbart kan lita på exempelvis luktsinnet (Jenkins, 2014).

Jenkins (2014) och Erving Goffman (2009) belyser att när vi presenterar oss själva försöker vi styra vilka intryck som vi ger vår omgivning. Detta benämner Goffman (2009) som intrycksstyrning. Begreppet förklarar den växelverkan som sker mellan individer när de överför och försöker styra de intryck som ges till varandra. Intrycksstyrning syftar till att ge individen möjlighet att uppnå en idealiserad roll, vilken går i linje med samhällets syn på idealet för den rollen (Goffman, 2009). Exempelvis kan en individ välja att presentera sig med sin yrkestitel, om den utifrån samhällets ideal anses vara bra och fördelaktig.

Henri Tajfel och John Turner (1979) menar att ens identitet består av flera gruppstillhörigheter. När någon beskriver en specifik tillhörighet till en grupp, exempelvis genom att säga "Jag är man" (kön) eller "Jag är kock" (yrke), är det en del av individens sociala identitet. En individ kan styra och framhålla vilka sociala grupper som hen visar tillhörighet med. Dessa blir betydande delar för personenens självbild och sociala identitet (Tajfel & Turner, 1979).

Enligt Ulfdotter Eriksson och Flisbäck (2011) kan vi, genom att studera hur yrkesutövaren presenterar sig, förstå om och hur yrket förhåller sig och betyder för individens sociala identitet. De lyfter fram tre olika sätt att presentera sig på och alla relateras till hur individen förhåller sig till sitt yrke utifrån stolthet, motstånd samt status; "Jag är...", "Jag jobbar som..." samt "Jag jobbar på...". Den första varianten pekar mot att individen lägger stor vikt vid yrkets betydelse för den sociala identiteten medan den andra varianten har ett något mer distanserat förhållningssätt. Den sista varianten innebär att individen lägger större fokus på företaget än på sin egen yrkesroll (ibid).

3.2 Kategorisering

Jenkins (2014) menar att den sociala processen handlar om hur grupper och/eller individer orienterar sig i relation till omgivningen, vilket sker genom att kategorisera andra människor. Kategoriseringen baseras på individers eller grupperns likheter eller olikheter gentemot andra. Således innebär etablerandet av en identitet att en särskiljer och separerar samt visar tillhörighet. Kategoriseringen bygger på ett samspel

mellan principerna likhet och olikhet och dessa förutsätter varandras varande. Identitetsskapandet ses därmed som en reflexiv process (ibid).

Principen likhet blir tydlig när identitet skapas på individnivå. Individen och hens identitet låter sig formas av personer som hen tillskriver värde och betydelse. De relationer som individen har kan även fungera som signaler till omgivningen om vem individen är. Ytterligare resurser som används i identitetsskapandet kan vara materiella eller immateriella företeelser, exempelvis yrken eller religion. Det är inte enbart det som inkluderas som är av betydelse för identitetsskapandet utan även det som exkluderas. Att definiera oss själva innebär att vi även definierar andra och att säga saker om andra, säger ofta något om oss själva (Jenkins, 2014).

Perry R. Hinton (2003) skriver att när vi skapar intryck av en person använder vi något som kallas för personlighetskategori. Det innebär att vi försöker placera in personen i en kategori som vi redan är bekanta med. Vi tar hjälp av den uppenbara informationen angående personen för att sortera in i "rätt" kategori. Vissa kategorier kan vara mer påtagliga än andra vilket kan ha att göra med synliga kännetecken, exempelvis kläder och frisyr. Dessutom kan sammanhanget spela roll för vilka kategoriseringar vi gör. En ensam kvinna bland flera män gör att vi osökt skapar kategoriseringen kvinna i sammanhanget. Kategoriserandet påverkas såväl av hur benägen den som iakttar är att se egenskaper som hur väl egenskaperna syns hos personen som iakttas. Vidare lyfts att yrkesroller ofta tilldelas olika personlighetstyper. När sådana kategoriseringar görs skapas också olika förväntningar på deras beteende (Hinton, 2003).

Jenkins (2014) menar att stereotyper är extrema exempel i kategoriseringsprocessen. Stereotyper har tidigare ansetts tillhöra psykologins ämne att studera men sociologin har getts allt mer plats att komma med förklaringar (Hinton, 2003). Detta då kulturens betydelse lyfts fram samt att stereotypisering även är en kollektiv process (Hinton, 2003; Jenkins, 2014). Hinton (2003) menar att det finns tre viktiga komponenter för definitionen av stereotyp. Den första rör identifikationsprocessen som menar att människor särskiljs från andra genom en viss egenskap. En egenskap kan i princip vara vad som helst så länge den har en betydelse för den som ser den hos någon annan. Exempelvis kan det vara religion, sysselsättning eller hårfärg. Den andra komponenten handlar om att gruppen som har en egenskap dessutom tillskriv ytterligare egenskaper, exempelvis att rödhåriga är temperamentsfulla. Den sista komponenten beskriver att det som kännetecknar att detta rör stereotyper är att alla i en grupp tillskrivs denna egenskap, i detta fall temperament. Slutsatser görs alltså om en person baserat på att vi känner till en av hens egenskaper (ibid).

3.3 Status

Ulfsdotter Eriksson och Flisbäcks (2011) studie rör yrken och dess status. De beskriver en definition av begreppet status som utgår från att det är relationellt och bygger på en hierarkisk relation. Det blir då per definition ett nollsummespel, liksom även Mats Alvesson (2008) menar. I varje givet sammanhang skapar individer självbilder och dessa baseras på uppfattningar om andra. Det lokala sammanhanget är därmed betydande för att förstå yrkesstatus. I det vardagliga används ofta status och prestige synonymt (Ulfsdotter Eriksson & Flisbäck, 2011).

Alvesson (2008) beskriver två trender som framträder i dagens samhälle; grandiositet och nollsummespel. Grandiositet handlar om att framställa fenomen så fint som möjligt dock inom ramen för vad som anses rimligt. Det kan visa sig i såväl individuella som kollektiva uttryck. Grandiositet hänger samman med viljan att förbättra självkänslan och att vi önskar bli förknippade med något prestigefyllt. En mängd yrkesgrupper försöker associera sig med det grandiosa och frånskriva sig det triviala. Yrkestitlar har en betydande roll i denna process, exempelvis har direktörstiteln och VD-titeln blivit alltmer populära och används flitigt för att stoltsera med. Unga människor avancerar allt snabbare till nya titlar. Exempelvis kan en relativt ung person inneha titeln Senior Manager, vilket medför att titeln inte nödvändigtvis väger lika tungt idag som tidigare. Begreppet grandiositet sammanfattar de försök som individer och yrkesgrupper/organisationer gör i strävan att framställa sig i positiv dager och skapa en statushöjande image (Alvesson, 2008).

Nollsummespel beskriver ett förhållande mellan individer samt grupper. Det råder en stor konkurrens om uppmärksamhet och status vilket resulterar i ett statushöjningsprojekt som dock leder till statussänkning för en annan grupp. Dock är det inte alltid givet vilken grupp status som sänks när annan höjts. Statusförbättringsprojekt är vanliga och tycks ofta vara en fråga om etiketter och titlar som syftar till att associeras till något som uppfattas framstående. Sällan handlar detta om vad en gör, kan och åstadkommer och det resulterar i en diskrepans mellan tjustiga ideal och praktik. Status i sig är ett nollsummespel (Alvesson, 2008).

3.4 Sammanfattning av teori

Jenkins (2014) teori rör inte yrkestitlar som sådant men hans perspektiv upplever vi är relevant för att möjliggöra en förståelse för det ämne som studeras. Den teoretiska modellen används i modifierad form, då delar med mindre relevans för vår studie inte tagits med. Genom Jenkins (2014) närmar vi oss förståelse kring om och i så fall hur identitet samspelar med yrkestitlar då modellen präglas av ett interaktionistiskt synsätt på identitet. Fokus ligger på individers och grupper samspel i förhållande till likhet och olikhet. Jenkins (2014) och Hintons (2003) teorier om kategorisering möjliggör förståelse kring om och i så fall hur yrkestitlar används för att kategorisera omgivningen. Goffmans (2009) teoretiska

begrepp intrycksstyrning används för att undersöka om yrkestiteln används som medel av individer för att styra intryck. Vidare ger Ulfsson och Flisbäck (2011) och Ulfsson och Svensson (2009) studier stöd för att undersöka om och i så fall hur yrkestiteln är statusbärande. Även Alvessons (2008) teoretiska begrepp grandiositet och nollsummespel används för att analysera huruvida yrkestiteln är bärande av status och vad det i så fall kan resultera i.

4. Metod

Nedan förs diskussion gällande val av metod, urval och tillvägagångssätt. Avslutningsvis behandlas studiens trovärdighet, tillförlitlighet samt hur hänsyn tagits till etiska aspekter.

4.1 Metodologisk ansats

Denna studie har en kvalitativ ansats eftersom vi är intresserade av att studera aktörernas tankar, attityder och upplevelser. I kvalitativ forskning läggs tyngd på aktörernas egna uppfattningar och perspektiv (Bryman, 2011). Enligt Göran Ahrne och Peter Svensson (2015) studeras aktörers uppfattningar bäst genom att tolka ord, kroppsspråk och handlingar och detta görs lämpligt genom intervjuer (ibid). Då vårt syfte är att få en förståelse av aktörers upplevelser och tankar kring yrkestitlar har fokus lagts på deras ord och utsagor. Detta gjorde att intervjuer var en lämplig metod för insamlingen av det empiriska materialet.

Vår ontologiska ståndpunkt i studien utgår från konstruktionismen. Ett konstruktionistiskt synsätt utgår från att sociala företeelser och kategorier skapas via sociala samspel och "verkligheten" konstrueras och reproduceras ständigt genom aktörer (Bryman, 2011). Den ontologiska ståndpunkten är relevant då det grundat vårt val att se yrkestitlar som ett icke isolerat fenomen utan antas påverka och påverkas av aktörer.

4.2 Urval

På grund av studiens omfång valde vi att begränsa oss till att studera enbart *en* social miljö; HR-fältet. Detta utifrån Ahrne och Svenssons (2015) resonemang kring att begränsa mängden material och möjliggöra en fördjupning samt öka förståelsen för fenomenet som vi önskar undersöka. Studiet av en social miljö, exempelvis ett nätverk, kan medföra att forskaren får bättre kännedom samt kontinuitet i studien. Det kan även vara praktiskt och ekonomiskt att avgränsa sitt urval till en social miljö. En begränsning med att undersöka enbart en social miljö är att resultat kommer från ett fall, vilket kan minska säkerheten av utfallet. Ytterligare en begränsning är att det inte finns möjlighet att göra jämförelser mellan olika fall (Ahrne & Svensson, 2015). Därav görs inte jämförelser mellan HR-fältet och

andra fält. Däremot kan resultat från vår studie förstås i skenet av vilka eventuella förhållanden som gäller specifikt för HR-fältet.

Enligt Alan Bryman (2011) finns det ofta ett flertal fält som är relevanta för studiens syfte och frågeställningar. Vi valde att studera HR-fältet eftersom yrket inte har legitimerade yrkestitlar, såsom förskollärare och tandläkare. Därmed kan tänkas att aktörerna inom HR-fältet ges en större möjlighet att påverka vilka yrkestitlar som sätts. Dessutom tycks fältet präglas alltmer av engelska yrkestitlar och den förändringen tyder på att yrkestitlar är ett aktuellt fenomen som påverkar och påverkas av olika aktörer. Detta visar att yrkestitlar är ett relevant att studera, i synnerhet ur ett sociologiskt perspektiv.

Avgränsningen att vi enbart intervjuade personer inom HR-fältet bottnar även i att vi studerar till personalvetare vilket gör att HR-fältet är hållbart ur ett resursperspektiv. Detta då vi har en viss tillgång till fältet samt är bekanta med vissa yrkestitlar som förekommer där. Att vi känner till ett antal yrkestitlar samt till viss del är bekanta med branschen, kan komma att färga våra analyser. Vår förhoppning är ändock att vår förkunskap i detta fall snarare varit en tillgång då studieprocessen var tidsbegränsad samt utan budget. Det är enligt Ahrne och Svensson (2015) nödvändigt att ta hänsyn till såväl ekonomi och tid när en genomför en studie.

Vi genomförde ett bekvämlighetsurval eftersom det var ett resursekonomiskt alternativ. Bryman (2011) menar att bekvämlighetsurval inbegriper relativt lite förberedelse samt har låga kostnader. Forskaren fyller på sitt urval allt eftersom hen kommer i kontakt med relevanta respondenter och kontakt kan ske på olika sätt, exempelvis genom att annonsera i en tidning (Trost, 2010). Urvalet sker ofta genom att forskaren vänder sig till personer som för tillfället finns tillgängliga och nära till hands (Bryman, 2011). Delvis skedde vårt urval genom att vi vände oss till de personer i vår omgivning som kunde tänkas förmedla kontakt till eventuella respondenter inom HR-fältet. Vi trodde dock inte att detta skulle resultera i tillräckligt många respondenter och kontaktade då dessutom cirka 40 organisationer via mail med förfrågan om medverkan i denna studie. Förfrågningarna resulterade i många svar om önskad medverkan men på grund av studiens omfång valde vi att begränsa materialet och genomföra åtta intervjuer varav en intervju genomfördes med två respondenter.

En nackdel med bekvämlighetsurval beskrivs vara att personerna i urvalet kan vara säregna och att det kan påverka resultatet (Trost, 2010). Då vissa respondenter uppmuntrades av sin organisation att delta i vår studie, tänker vi att vårt urval kan präglas av säregna drag i form av en viss typ av organisation. Exempelvis skulle det kunna vara organisationer som ställer sig positiva till att medverka i kandidatuppsatser eller organisationer som är intresserade av och har diskuterat yrkestitlar. Vi ser dock inte detta som ett problem då studiens syfte är att undersöka respondenternas upplevelser och inte organisationen som sådan.

Respondenterna i denna studie arbetar alla på en HR-avdelning på ett stort företag i Stockholmsområdet. Stora företag i Sverige är organisationer med minst 250 anställda, och en tredjedel av Sveriges arbetande befolkning arbetar inom en sådan organisation (Tillväxtverket, 2018). Därav finner vi det intressant för vår studie att befinna sig i det fältet, då vi tänker att många yrkestitlar florerar inom dessa organisationer. Att vi fann just respondenter som arbetar inom HR-avdelningen relevanta att intervjua grundades sig i tron på att dessa personer kommer i kontakt med och har en inblick i yrkestitlars variation och utveckling, och därmed ha utsagor att dela med sig av. Avgränsningen till Stockholmsområdet berodde på att avsikt inte fanns att jämföra olika geografiska områden. Därmed föll det sig mest resursekonomiskt att hålla oss till det området som vi själva befinner oss i eftersom vi ville träffa alla respondenter för genomförandet av intervjuerna.

Vi har inte tagit hänsyn till kriterier som ålder, kön, utbildning eller anställningsform. Detta är faktorer som kan tänkas påverkat studiens resultat men med tanke på studiens omfång ansåg vi det inte möjligt att ta hänsyn till dem.

4.3 Respondenter

Samtliga respondenter var mycket tillmötesgående när de delade med sig av sina upplevelser och tankar kring studiens ämne. I denna studie har alla respondenter givits fiktiva namn eftersom vi utlovat konfidentialitet. Nedan följer en presentation av respondenterna och deras respektive yrkestitel:

Anita, HR-chef; **Clara**, HR-Partner; **Jill**, Talent Manager; **Maja**, Nordic HR-Coordinator; **Monica**, Interim HR-Manager; **Måns**, HR-Partner; **Stina**, Head of Talent Manager; **Tilda**, HR-administratör; **Tove**, HR-assistent

4.4 Datainsamlingsmetod

Intervjuerna var semistrukturerade och intervjuguiden (se bilaga 1) konstruerades utifrån de aspekter som kännetecknar intervjuformen. Utmärkande för semistrukturerade intervjuer är att intervjuguiden består av teman som inte har någon speciell ordningsföljd (Bryman, 2011). De teman som utgör intervjuguiden baseras i mångt och mycket på kapitel 2 och 3. Intresset av att be respondenterna presentera sig fann vi exempelvis utifrån att Ulfsson och Flisbäck (2011) menar att genom att studera hur yrkesutövaren presenterar sig kan förstå om och hur ett yrke förhåller sig till individens sociala identitet.

I semistrukturerade intervjuer möjliggörs att frågor kan tillkomma under intervjuens gång och att respondenten har utrymme att tolka frågorna (Bryman, 2011). Då studiens omfång begränsade vår möjlighet att vara pålästa inom fältet tänkte vi att det var av extra stor vikt att nya frågor kunde tillkomma

och bidra till att nya teman lyfts fram. Efter Anitas intervju återkom hon via mail med ytterligare resonemang. Hennes tankar bidrog till att ett tema kring den webbaserade plattformen LinkedIn tillkom i intervjuguiden. LinkedIn visades vara relevant att ta med i uppsatsens analys och resultat.

Utifrån det Patrik Aspers (2011) förespråkar var frågorna enkelt formulerade och utgick från aktörens livsvärld. Således låg inte frågorna på samma nivå som andra ordningens konstruktion (teoretiska begrepp). Intervjuerna inleddes med enklare frågor där respondenterna fick presentera sig eftersom en med fördel tar upp känsliga frågor i mitten av intervjun (Aspers, 2011). Vi tänkte att status i vissa fall kan upplevas som ett känsligt ämne och inledde därför inte med frågor om status. Dock tänker vi att studiens ämne inte berör känsliga frågor på samma nivå som exempelvis ämnen som rör våld. Slutligen grundade sig valet av semistrukturerade intervjuer i att det är en bra form för oss som ovana intervjuare eftersom intervjuformen har en viss struktur att följa och luta sig mot (Hjerm, Lindgren & Nilsson, 2014).

4.4.1 Praktiskt genomförande

Den första kontakten med respondenterna skedde via mail (se bilaga 2) och således fick samtliga samma information om viktiga aspekter, där bland etiska riktlinjer. Vid samtliga åtta intervjutillfällen var båda uppsatsförfattarna närvarande och aktivt deltagande. Intervjuerna var mellan 35-48 minuter långa och de spelades in med mobiltelefon för att vi senare skulle kunna transkribera materialet. I samråd med respondenterna valdes plats för att genomföra intervjuerna, med rekommendation från vår sida att miljön skulle vara lugn. Valet av miljö är viktig dels för att säkerhetsställa ljudinspelningens kvalitet och dels för respondentens skull, såsom att hen inte skall känna sig överhörd av andra (Bryman, 2011). Alla respondenter förutom Maja intervjuades på sin respektive arbetsplats under arbetstid. Majas intervju hölls i en lugn lobby i anslutning till hennes arbetsplats. Möjligtvis kan valet av plats och tid påverkat respondenternas perspektiv och utsagor och därmed studiens resultat.

En intervju hölls med två respondenter samtidigt, detta var intervjun med Clara och Tilda. Önskemålet att intervju båda samtidigt kom från dem själva. Vi upplevde att intervjun blev informationsrik då respondenterna inledde ett samtal med varandra där de lyfte fram varandras tankar på ett sätt som vi fann positivt. Detta påminner om en av fördelarna med fokusgruppsmetoden¹. Med fokusgrupper är intresset det delade erfarenheterna och inte primärt att förstå enskilda individers erfarenheter och upplevelser (Ahrne & Svensson, 2015). Trots fokusgruppsmetodens fördelar valdes därför istället att genomföra semistrukturerade intervjuer då intresset är att förstå individens tankar. I åtanke bör en alltså ha att i Clara och Tildas intervju kan fokus riktats mer mot de delade erfarenheterna

¹ Fokusgruppsmetoden kan förklaras som diskussioner som förs i grupp kring ett givet ämne eller tema (Ahrne & Svensson, 2015).

och inte mot deras enskilda tankar. Möjligt är också att vissa tankar inte kom fram som skulle framkommit om enskilda intervjuer genomförts.

Vi har tagit hänsyn till de aspekter som Aspers (2011) nämner är viktiga under intervjutillfället. Det är viktigt att hålla den avtalade tiden, att vara närvarande, informera om studiens syfte, presentera sig själv samt fråga om möjligheten att återkomma med eventuella frågor som kan uppkomma efter intervjun (ibid). Efter intervjun bör forskaren anteckna de intryck som hen fick under intervjun. Intrycken kan röra sådant som respondentens sinnesstämning, om något i miljön påverkade intervjun eller om forskaren fick nya idéer eller teman som är värda att ta med till nästa intervju (Bryman, 2011). Då båda uppsatsförfattarna närvarade vid samtliga intervjuer gavs möjligheten att kunna diskutera och utbyta tankar kring de intryck som vi fått. Vi upplevde det värdefullt att kunna utbyta dessa tankar och vi tog med oss reflektionerna till kommande intervjuer. Till skillnad från det Bryman förespråkar (2011) antecknades inte dessa intryck utan skedde enbart muntligt.

4.5 Dataanalys

Analys och bearbetning har genomsyrat hela studieprocessen. Det är främst transkriberingen som analyserats och inte inspelningen vilket är ett tillvägagångssätt som Ahrne och Svensson (2015) belyser. Likt det Bryman (2011) framhåller har vi i analysen varit både intresserade av vad respondenterna säger och hur de säger det. Fördelen med att transkribera är att respondentens ord och uttryck bibehålls. För att hantera den stora massan av material rekommenderas att en bör starta transkriberingen innan allt empiriskt material är inhämtat (Bryman, 2011). Detta hade vi i åtanke och startade därför transkriberingen efter första intervjun. Allt transkriberat material skrevs ut.

Aspers (2011) skriver att val av analysmetod bör grunda sig i vilken/vilka teorier som används i studien samt hur forskningsfrågorna ser ut. Utifrån detta föll vårt val av analys på tematisk analys vilket innebär ett sökande efter teman och koder. Sökandet efter dessa sker exempelvis genom att finna återkommande teman och uttryck samt likheter och skillnader. Reflektion bör även göras över vad som inte finns med i materialet (Bryman, 2011). De teman och koder som skapades genom studiens analys härstammar från såväl första som andra ordningens konstruktion. Då intervjuguiden till stor del utformats utifrån kapitel 2 och 3 kan tänkas att empirin delvis redan var färgad av teori innan vår analys tog vid. Utmaningen har varit att samtidigt som vi har velat vara öppna för vad materialet visar, så har teorin ständigt låtit göra sig påmind. Det har varit nödvändigt att med hjälp av teorin orientera oss för att kunna skapa teman och koder. Detta på grund av att studiens omfång begränsar oss till att generera ny teori eller ifrågasätta befintlig. Som ovan nämnts ämnade teorin hjälpa till i analysen av vårt empiriska material.

I kodningsprocessen användes en abduktiv ansats där vi växlade mellan ett deduktiv och induktivt tillvägagångssätt (Ahrne & Svensson, 2015). Kodningen startades genom att vi läste materialet och kodade med breda penseldrag, det vill säga att få en första överblick och en känsla för hur analysen kan fortskrida. Därefter återlästes materialet ett flertal gånger och en mer detaljerad kodning utfördes. Kodningen skedde för hand med färgpennor och möjliga teman och koder noterades i marginalerna. Detta sätt att koda är ett välfungerande tillvägagångssätt enligt Mikael Hjerm, Simon Lindgren och Marco Nilsson (2014). Valet av tillvägagångssättet grundades i att mängden material var så pass omfattande att vi behövde en första överblick för att göra det hanterbart samt att uppsatsförfattarnas kunskapsnivå om fältet gynnades av en överblick.

4.6 Trovärdighet och tillförlitlighet

I detta kapitel diskuteras studiens trovärdighet och tillförlitlighet och hur vi som uppsatsförfattare har arbetat med detta.

4.6.1 Trovärdighet

Trovärdighet handlar om huruvida studien undersöker det som avses att undersökas och att datainsamlingen skett på ett korrekt sätt. Den insamlade datan ska alltså vara relevant för studiens frågeställningar och forskaren ska vara öppen med reflektioner kring etiska aspekter, hur datainsamling gått till etcetera (Troost, 2010). Vi har försökt att skapa god trovärdighet genom att vara transparenta för hur studieprocessen gått till. Detta genom att ge läsaren en inblick i hur resonemang förts kring metodval samt varit öppna med problematik och svagheter som studien haft. Bra forskning kännetecknas av hög transparens och forskaren bör diskutera sin studie ur en kritisk synvinkel (Ahrne & Svensson, 2015). Vår förhoppning är att studien har uppnått god trovärdighet.

4.6.2 Tillförlitlighet

Hög tillförlitlighet innebär att en studie ska kunna uppvisa samma resultat om studien upprepas av andra forskare (Troost, 2010). Bryman (2011) menar att det inte är möjligt för en forskare att vara helt objektiv, då åsikter och känslor kommer spegla studiens olika stadier. Vi tror, liksom Bryman (2011), att våra värderingar påverkat denna studie och därför skulle en upprepning av studien inte få samma resultat. En kritik som ofta riktas mot kvalitativ forskning är möjligheterna att generalisera studiens resultat. Generaliseringsanspråk i kvalitativ forskning bör göras med viss försiktighet och överföring ske mot andra personer eller miljöer som liknar de som studerats (Ahrne & Svensson, 2015). Vår förhoppning är att även kunna uttala oss om andra personer och miljöer som i vissa avseenden liknar våra respondenter.

Exempelvis individer som arbetar på stora företags HR-avdelningar inom Stockholmsområdet. Då studiens omfång begränsar mängden insamlat material kommer inte mättnad att uppnås. Mättnad beskrivs uppstå när svaren från respondenter inte längre tillför ny kunskap eller mönster (Ahrne & Svensson, 2015). Den komplexitet som råder gällande studiens tillförlitlighet bör läsaren ha i åtanke.

4.7 Etiska principer

Under genomförandet av studien har hänsyn tagits till fyra etiska grundläggande krav som gäller för svensk forskning. Dessa krav är; informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 2002). För att säkerhetsställa att samtliga krav följdes användes bland annat en checklista (se bilaga 1) som lästes upp för respondenterna innan intervjun och inspelningen startades.

4.7.1 Informationskravet och samtyckeskravet

Vi informerade respondenterna om studiens syfte redan vid första mailkontakt och återigen vid intervjutillfället. Vid intervjutillfället gavs även information om att deltagandet är frivilligt, att de själva har rätt att bestämma över sin medverkan. Vilket innebär att de när som helst kan hoppa över frågor eller avbryta intervjun samt att de har rätt att dra tillbaka sin medverkan så länge uppsatsen inte är publicerad. Respondenterna tillfrågades om det gick bra att spela in samtalet och samtliga gav sitt godkännande. Genom detta har vi tagit hänsyn till informationskravet och samtyckeskravet (Vetenskapsrådet, 2002).

4.7.2 Konfidentialitetskravet

Respondenterna informerades om att vi behandlar allt material med konfidentialitet i största möjliga mån. Respondenternas och organisationernas uppgifter har hanterats så att ingen utifrån ska kunna identifiera dem. Detta sker genom att vi ändrat egenskaper på respondenterna redan i transkriberingen och även i anteckningar som exempelvis i våra almanackor. All ljudinspelning raderas och utskrivet material förstörs när uppsatsen är publicerad. Genom detta har vi tagit hänsyn till konfidentialitetskravet (Vetenskapsrådet, 2002).

Vi resonerade kring hur respondenternas konfidentialitet kan påverkas av att bekanta som förmedlat kontakt kan komma att känna till organisation eller person som har medverkat i studien. Med detta i åtanke ansåg vi att det var än viktigare att vissa egenskaper gjordes fiktiva eller helt uteslöts. Vi har exempelvis undvikt att skriva ut exakta yrkestitlar på respondenternas kollegor för att öka konfidentialiteten. Att det finns en risk för en respondent att bli identifierad gjorde att vi var tydliga från början gentemot respondenterna att det är i *största möjliga mån* som vi arbetat för konfidentialitet.

4.7.3 Nyttjandekravet

Respondenterna informerades om att de uppgifter som samlats in till studien enbart kommer att användas i denna studie och inte för annat bruk. Därmed togs hänsyn till nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 2002).

4.7.4 Maktobalans vid två intervjuare

Utifrån det Ahrne och Svensson (2015) skriver om maktobalans under intervjusituation, tog vi med oss att reflektion om detta bör göras såväl innan, under samt efter intervjun. De poängterar att status, ålder och position är sådant som kan spela in gällande maktförhållandet mellan respondenten och intervjuaren (ibid). Dessa egenskaper tänkte vi var relevanta att reflektera över i vår studie. Vi övervägde valet av att vara två intervjuare vid varje enskild intervju och vår upplevelse är att maktförhållandet inte påverkades nämnvärt av att vi var två stycken. Detta med tanke på studiens syfte, vilka vi intervjuade i vilken roll samt platsen där intervjun genomfördes. Respondenterna meddelades i förväg att vi skulle vara två som intervjuar och gavs då möjlighet att önska att enbart en av oss genomförde intervjun. Anledningen till att vi ville att bägge uppsatsförfattarna genomförde intervjuerna bottnade i tron på att intervjuerna skulle utföras på ett likvärdigt sätt samt att bättre förutsättningar gavs för att tolka materialet. Vi upplevde att maktobalans inte förekom under intervjutillfällen vilket kan berott på att inga större skillnader gällande faktorer som status, ålder eller position förekom.

5. Resultat och analys

I detta kapitel presenteras studiens resultat och analys. Vi närmar oss förståelse kring studiens frågeställningar och syfte; att undersöka om och i så fall hur yrkestitlar är statusbärande för individer som arbetar inom HR-fältet. Det är även av intresse att studera om yrkestitlar kan kopplas samman med individens identitet. Kapitlet är uppdelat i två huvudrubriker. Den första rubriken berör yrkestitelns syfte och den andra rubriken handlar om yrkestitel som statusmarkör. Resultatet analyseras i förhållande till de teorier som presenterats i kapitel 3; Jenkins (2014) teori om identitet, Jenkins (2014) och Hintons (2003) teorier om kategorisering, Goffmans (2009) teoretiska begrepp intrycksstyrning, Ulfsdotter Eriksson och Flisbäcks (2011) och Ulfsdotter Eriksson och Svenssons (2009) teorier om status samt Alvessons (2008) teoretiska begrepp grandiositet och nollsummespel.

5.1 Syftet med yrkestitlar- första tankarna från respondenterna

Samtliga nio respondenter anser att syftet med yrkestitlar är att klargöra vem som gör vad i ett yrkessammanhang och att det handlar om att kunna lokalisera sig inom organisationen. Maja beskrev det

som att yrkestiteln kan spegla kompetens, erfarenhet, lön och specialisering. Hon, liksom Grant, Berg och Cable (2014), menar att organisationer använder yrkestitlar som en resurs för att strukturera och hantera sina anställda. Anita och Monica nämnde att yrkestitelns syfte kan skilja sig åt beroende på om den används internt (inom organisationen) eller externt (ut mot kunder och leverantörer). Internt menade båda att det handlar om det syftet som alla respondenter ansåg var; att tydliggöra och klargöra. Externt handlar det mer om att visa på mandat och få till möten med betydande personer. Flera respondenter tror att status medför mandat samt möjligheten att få sin vilja igenom och yrkestiteln Key Account Manager (KAM) lyftes av flera som en statusfylld yrkestitel.

Det framkom dock senare under intervjun med Monica att även den externa marknaden använder yrkestiteln som ett slags riktmärke för vem som gör vad. Monica menar att en yrkestitel måste vara lättförstådd. Engelska yrkestitlar som är alltför långa är inte rimliga på den svenska marknaden eftersom de blir obegripliga för motparten. I följande citat beskriver Monica detta:

“Står det Customer Orientation Manager Specialist bla bla bla, nåt sånt här jättelångt eller Northern Europe Manager Director bla bla bla, så dom (motparten) bara jaha, vad betyder det här? Försäljningschef eller marknadschef är bättre.” (Monica, Interim HR-Manager, 2018-11-15)

Resonemang förs alltså att samtidigt som det är av relevans att ha en statusfylld och inflytelserik yrkestitel, framkommer betydelsen av att motparten ska förstå innebörden av den. Det kan ses som två delar som vägs mot varandra, där en å ena sidan vill framställa sig i positiv dager och statusfylld samtidigt som en å andra sidan ser det som nödvändigt att det sker inom rimliga gränser (Alvesson, 2008). Vad som menas med rimliga gränser är inte alltid glasklart. Ett flertal respondenter ansåg att yrkestiteln KAM idag bärs av personer som arbetar på helt olika nivåer inom organisationer. De upplevde att det pågår en jakt på statusfyllda yrkestitlar, vilket Alvesson (2008) menar leder till ett nollsummespel som resulterar i diskrepans mellan yrkestitel och praktik.

Denna diskrepans visades även i yrkestiteln HR-Partner, som både Måns och Clara har. De bär samma yrkestitel men arbetsuppgifterna skiljer sig åt. Måns arbetar med strategiska frågor samt sitter med i ledningsgruppen och tar aktivt avstånd från arbetsuppgifter gällande rekrytering och nyanställning. Clara däremot arbetar främst med rekrytering och rehabilitering. Även arbetsuppgifter som att ordna adventsfika och att städa köket förväntas utav henne. Både Måns och Clara anser att yrkestitel HR-Partner stämmer överens med deras arbetsuppgifter och tydligt beskriver vad de gör. Att de upplever en enighet mellan sin yrkestitel och arbetsuppgifterna kan bero på att yrkestiteln internt är definierad och vedertagen men utifrån ett externt perspektiv ha olika innebörder. Förvirringen kring yrkestitlars innebörd tycks upplevas hos några av de andra respondenterna. Exempelvis framkom det att Maja upplevde det svårt att

förstå yrkestitlars innebörd när hon sökte jobb. Jill menar att det ibland är nödvändigt för hennes organisation att ändra yrkestitlar i jobbbannonser för att den externa marknaden ska förstå vad det är för slags tjänst.

När frågan ställdes kring vad syftet med yrkestitlar är, var det enbart Clara och Jill som vid första reflektion tog upp aspekten privatliv, om än ur olika perspektiv. Å ena sidan menar Jill att lika viktig som yrkestiteln är i yrkessammanhang, lika oviktig är den i privata sammanhang. Å andra sidan menar Clara att yrkestiteln utanför yrkessammanhang fyller en funktion i form av att bedöma och kategorisera personer. Hon ger själv ett exempel på hur hon tolkar in information om en person med yrkestiteln VD:

“Man tolkar ju in om någon är VD till exempel, att ja okej då bor du säkert i ett jättefint hus, och så har du den här schyssta bilen och så här, och du har fru och två barn.” (Clara, HR-Partner, 2018-11-16)

Människor orienterar sig i omgivningen genom att kategorisera individer/grupper och etablerandet av ens sociala identitet kan ske genom att visa tillhörighet samt särskilja sig gentemot andra (Jenkins, 2014). Claras tankar kring att vi använder yrkestiteln som ett verktyg för att kategorisera omgivningen kan alltså ses som försök att identifiera vem en har framför sig och vem hon själv blir i den kontexten. Hinton (2003) menar att sammanhanget spelar roll för vilka kategoriseringar vi gör och belyser även att olika yrkesroller tilldelas olika personlighetstyper. I Claras citat framkommer det att hon utifrån yrkestiteln VD kategoriserar in personen i ett fack och tolkar in VD:ns ägodelar, kön och sexualitet. Clara gör dessa antaganden utifrån endast en egenskap (yrkestiteln) vilket kännetecknar den process som skapar en stereotyp (Hinton, 2003). Då kulturen är av stor betydelse för skapandet av stereotyper (Hinton 2003), kan tänkas att Claras tankar om en VD är grundade i den samhällssyn som råder kring yrkestiteln. Genom hennes uttalande reproduceras dessa föreställningar kring VD och utifrån detta förstås att ens yrkesidentitet kan bli betydande för ens sociala identitet.

Huruvida syftet med yrkestitlar i framtiden kommer förändras eller inte var något oklart men däremot rådde en samsyn bland flertalet respondenter kring att fler yrkestitlar kommer vara på engelska. Anita lyfte även trenden kring allt fler kreativa yrkestitlar som hon ställde sig positiv till. En av hennes favoriter som hon stött på var Head of Happiness. Det var något oklart varför kreativa yrkestitlar spåddes bli vanligare men framtiden med engelska yrkestitlar troddes av flera delvis bero på den ökande globaliseringen. Stina framhävde även att engelska yrkestitlar kan uppfattas finare samt statusfyllda och då medföra möjligheter som inflytande. Status är ett relationellt begrepp som bygger på en hierarkisk relation och sammanhanget har en betydande roll (Ulfsdotter Eriksson & Flisbäck, 2011). Utifrån respondenternas resonemang kring yrkestitlars framtid kan det alltså tänkas att engelska samt kreativitet anses ha högt statusvärde i dagens samhälle och att detta kommer speglas alltmer i yrkestitlar.

5.2 Yrkestiteln som statusmarkör

Nedan redogörs för olika perspektiv och reaktioner på självpresentation. Avsnittet visar att yrkestiteln används som statusmarkör samt för kategorisering och bedömning av personer. Yrkestiteln visas ha betydelse i såväl yrkessammanhang som andra sociala sammanhang.

5.2.1 Respondenternas självpresentation

Vid samtliga intervjutillfällen bad vi respondenterna att presentera sig själva i syfte att se om och i så fall hur de nämner sin yrkestitel. Samtliga tog upp sin yrkestitel men variation förekom i hur de förhöll sig till den. Det går att urskilja tre mönster för hur de valde att presentera sig. Jill och Maja började sina presentationer med att berätta om sin bakgrund som kom att gälla utbildning, tidigare jobberfarenheter, information om ålder, uppväxtmiljö samt attityder till sitt yrkesområde. Först senare framkom nuvarande yrkesroll och yrkestitel. Ett annat sätt att presentera sig på framkom av Stina, Tove, Tilda och Monica. De valde tidigt i presentationen att ta upp sin yrkestitel, utmärkande var att de fyra formulerade sig som att de "jobbar som...". Det tredje mönstret som framkom var hur Måns och Clara valde att presentera sig som "jag är..." knutet till sin yrkestitel. Måns exempelvis sade direkt att "*jag är HR-Partner /.../*" (Måns, 2018-11-21).

Respondenternas val av presentation kan förstås utifrån hur Isacsson och Silvén (2002) och Ulfsdotter Eriksson och Flisbäck (2011) förklarar att individers presentationer relateras till hur individen förhåller sig till sitt yrke och den betydelse som yrket har för hans sociala identitet. Stina, Tove, Tilda och Monicas val att presentera sig tyder på ett något distanserat förhållningssätt till sin yrkestitel. Det kan tänkas att yrkestiteln inte är starkt avgörande för deras sociala identitet. Måns och Claras sätt att presentera sig kan utifrån Ulfsdotter Eriksson och Flisbäck (2011) förstås som att de lägger stor tyngd på yrkestitelns betydelse för sin sociala identitet. Enligt Tajfel och Turner (1979) framhåller individer de viktigaste delarna som visar på vilka gruppstillhörigheter en ingår i vilket formar ens sociala identitet. Att Måns och Clara alltså valde att lyfta sina yrkestitlar direkt och på sättet som de gjorde det på, ger sken av att yrkestiteln är en stor del av deras sociala identitet. Jill och Maja valde å andra sidan att lyfta andra aspekter än enbart yrkestiteln i sin presentation vilket enligt Tajfel och Turner (1979) samt Isacsson och Silvén (2002) kan tyda på att de vill identifiera sig med andra gruppstillhörigheter än enbart yrket. Exempelvis berättade Maja att hon är från Sundsvall, vilket hon återkom till flera gånger under intervjun, och det kan alltså innebära att hon delvis identifierar sig med en gruppstillhörighet som har med bostadsort eller uppväxtort att göra. Även om ingen respondent nämnde ordet identitet i sina presentationer av sig

själva, tycks alltså identitet gå att se i dessa. Jenkins (2014) menar att vi ständigt pratar om identitet även om ordet inte alltid förekommer, vilket följaktligen kan ha skett i respondenternas presentationer.

Som nämnts presenterade sig Clara till en början som *“jag är HR-Partner /.../”* (Clara, 2018-11-16). Senare under intervjun när hon mer medvetet resonerade kring kopplingen mellan presentation av sig själv och identitet framkom att hon inte anser sig identifiera sig med sitt arbete utan med sitt fritidsintresse löpning och i synnerhet sitt deltagande i marathontopp. Hon menar att alla har ett behov av att hävda sig och att hon gör det genom löpningen men att vissa gör det genom sin yrkestitel som då helst bör vara i nivå med chef eller VD. Clara tänker att vi väljer vad vi lyfter fram i möten med andra. Följande citat visar hur Clara resonerar:

“Man vill ju vara så cool som möjligt i dagens samhälle liksom och då lyfter man upp det som är coolt och häftigt och det som är mindre häftigt hoppas man på att slippa berätta kanske. Då kanske man har andra kvaliteter som man hellre pratar om, det som man är bra på, det som är framgångsrikt.” (Clara, HR-Partner, 2018-11-16)

Citatet visar att Clara är medveten om att människor kan styra vilka intryck som ges till andra, så kallad intrycksstyrning (Goffman, 2009) och att ambitionen är att lyfta sådant som framställer en som cool eller häftig i dagens samhälle. Att Clara framhäver sitt fritidsintresse och inte sin yrkestitel kan alltså bero på att hon önskar bli uppfattad och identifierad som löpare och inte HR-Partner. Goffman (2009) menar att individer kan använda intrycksstyrning i syfte att utifrån samhällets syn uppnå en idealiserad roll. Möjligt är således att i samhällskontexten uppfattar Clara löpning som mer coolt än yrkestiteln HR-Partner och därför framhäver det förstnämnda.

Att Clara ändock i början av intervjun valde att lyfta yrkestiteln och inte fritidsintresset kan förstås genom det som Jenkins (2014) skriver om att vi inte alltid är medvetna om att vi pratar om identitet trots att vi gör det genom andra ord. Det är därför möjligt att Claras yrkesidentitet har en betydande roll i hennes sociala identitet. Å andra sidan kan kontexten för intervjutillfället spela roll för hur Clara valde att presentera sig för oss. Vi befann oss på hennes arbetsplats och Clara hade dessutom vetskap om att vår studie på något vis berör yrkestitlar.

När vi frågade om respondenterna använder sin yrkestitel i icke jobbrelaterade sammanhang var Monica den respondent som tydligast skiljde mellan jobb- och privatliv. Hon berättade att hon i princip aldrig använder sin yrkestitel utanför jobbet då hon inte har ett behov av att visa status eller att hävda sig. Monicas resonemang visar att hon anser att utanför jobbet används yrkestiteln som en statusmarkör och i syfte att hävda sig. Även Stina menade att hon sällan använder sin yrkestitel privat då hon tänker att det kan uppfattas som försök till hävdande eller påvisa status. Maja berättade att sammanhanget spelar in för

hur hon väljer att använda yrkestiteln utanför jobbet. Ju mer insatt omgivningen är i HR-branschen desto oftare presenterade hon sig med yrkestiteln. Hon tänker att de förstår yrkestiteln till skillnad från icke insatta personer. Clara, Monica, Stina och Majas resonemang kan förstås utifrån Jenkins (2014) som menar att vi kan ha olika identiteter beroende på kontext. Detta kan förklara varför yrkestiteln ibland framhävs och ibland åsidosätts.

5.2.2 “Vad jobbar du med?”

Flertalet respondenter lyfte att när de rör sig i sociala sammanhang utanför arbetet är en vanlig första fråga “vad jobbar du med?”. Följande citat av Måns belyser detta:

“Det är väl det första svenskarna gör, frågar vad man jobbar med. Så det är klart att det påverkar i ett sammanhang /.../ det är väl för att vi identifierar oss med jobbet.” (Måns, HR- Partner, 2018-11-21)

Clara och Tilda menar att det även är en vanlig första fråga att få eller ställa på dejtingappen Tinder. De tror att frågan ställs för att kunna göra en bedömning av personen. Flera respondenter upplever att folk frågar “vad jobbar du med” för att kunna göra en typ av bedömning, vilket respondenterna generellt uppfattade som något dömande och negativt. Det verkade som att respondenterna kände ett behov av att ursäktas sig och ha en förklaring till varför de frågar folk vad de jobbar med. Ursäkterna hänvisades till att det är en arbetsskada samt att en är intresserad på riktigt och ställer inte frågan i syfte att döma personen. Jill uttryckte det som:

“Anledningen till att jag frågar dig är för att jag jobbar med rekrytering och är genuint intresserad, till skillnad från andra personer.” (Jill, Talent Manager, 2018-11-21)

Även om en är genuint intresserad av personen resonerade ett par respondenter kring huruvida frågan “vad jobbar du med” faktiskt säger något om personen i fråga. Tilda belyser detta i följande citat:

“Man ska lära känna en person, och då blir det att man lär känna personen utifrån dens [sic] jobbtitel på något sätt, men egentligen så är det ju helt fel.” (Tilda, HR-administratör, 2018-11-16)

Tilda menar alltså att det är irrelevant att fråga efter någons yrkestitel när en vill lära känna personen. Att ändock många, och så även hon, gör det skulle kunna förklaras utifrån Jenkins (2014) resonemang kring att resurser, såsom yrke, används i vårt identitetsskapande. Det handlar om att kunna orientera sig i sin omgivning och veta vem som är vem. Hjälptas av frågor för att identifiera vem vi har framför oss och således blir identitet delvis rotad i språket (Jenkins, 2014). Följaktligen kan frågan “vad jobbar du med”

ses som ett redskap som människor använder i syfte att identifiera och orientera sig i sin omgivning. Att Tilda likväl inte anser att frågan är relevant att ställa för att lära känna en person kan vara en fråga om kategorisering och stereotypisering, att utifrån endast *en* egenskap (yrkestitel) skapa en stereotyp av personen och bestämma hur hen är (Hinton, 2003).

Vidare framkom ett annat kritiskt resonemang om att ställa frågan ”vad jobbar du med”. Stina menade att den kan vara känslig eftersom många personer identifierar sig med yrkestiteln och har en inte jobb kan frågan uppfattas jobbig att få. Av betydelse för identitetsskapande är inte enbart det som inkluderas utan även det som exkluderas (Jenkins, 2014). I Stinas resonemang skulle jobsituation kunna vara det som inkluderar oss men också eventuellt exkluderar oss, vilket då utifrån Jenkins (2014) påverkar vårt identitetsskapande.

5.2.3 Utanför yrkessammanhang: Hur respondenterna upplever att omgivningen reagerar på deras självpresentation

Av flertalet intervjuer framkom att kontexten och interaktionen med andra har en betydande roll för hur respondenterna väljer att framställa sig själva. Vikt läggs på hur de tror att omgivningen reagerar och därefter väljs en önskvärd framställning av dem själva. Jill lyfte hur hon aktivt använder eller inte använder sin yrkestitel i andra sammanhang än på arbetsplatsen. Hon berättade att vid ett tillfälle när hon hade kontakt med en mäklare valde att använda sin jobbmail för att ge mer tyngd och hoppades på snabbare återkoppling. I ett annat sammanhang, där hon har kontakt med sina grannar på landet, väljer hon att undvika att använda sin jobbmail samt yrkestitel. I följande citat framhåller Jill anledningen till varför hon använder sin yrkestitel olika:

“De (grannarna) är inga Managers, dom vill inte vara det, dom vet knappt vad en Manager gör, dom vill bara sköta sitt ute på den fabrik som de jobbar på/.../. Det kan uppfattas på fel sätt, att man pratar titlar, och vad man gör och så där, för det landar inte alltid så väl. Så lika som jag resonerar kring mäklaren så resonerar jag tvärtom när jag interagerar med folk som jobbar på en annan nivå /.../” (Jill, Talent Manager, 2018-11-21)

Återigen syns hur försök görs för att styra och påverka vilka intryck som en sänder ut till sin omgivning, så kallad intrycksstyrning (Goffman, 2009). Jills betoning på att hennes grannar befinner sig på en annan nivå, kan visa på att hon positionerar sig gentemot dem utifrån såväl hennes som grannarnas yrkesidentitet. Genom att positionera sig gentemot andra kan människor identifiera sig själva (Ulfsdotter Eriksson & Flisbäck, 2011). Jill berättade att hon vill skilja mellan *“yrkes-Jill”* och *“privat-Jill”* (Jill, 2018-11-21) men utifrån Ulfsdotter Eriksson och Flisbäck (2011) formas ens yrkesidentitet i sociala

relationsmönster och påverkar såväl arbetslivet som privatlivet. “Yrkes-Jill och “privat-Jill” kan alltså tänkas vara svåra att skilja mellan. I interaktion med omgivningen är detta två betydande delar för utformandet av Jills sociala identitet. Ens sociala identitet knyts till ens gruppmedlemskap och förväntningar skapas som berör normer om vad vi tänker, känner samt påverkar vårt beteende (Ulfsdotter Eriksson & Flisbäck, 2011). En möjlig tolkning är att Jills gruppmedlemskap är baserat på yrkestiteln och påverkar hennes bemötande gentemot grannarna, som inte tycks tillhöra den gruppen.

Å andra sidan kan Jills val att inte använda sig av yrkestiteln i bemötande med grannarna vara en fråga om status. Jill betonar att grannarna knappt vet vad en Manager är och kan då i denna situation tänkas att Jill använder andra symboler än yrkestiteln som statusmarkör. Hon nämner exempelvis att sportbilar, fina smycken och ens bostadsadress kan fungera som statusmarkörer, dock framkom det inte om Jill använder dessa markörer gentemot grannarna. Grant, Berg och Cable (2014) lyfter att ägodelar signalerar status men kan även enligt Jenkins (2014) vara symboler för identitet.

Jills användning av yrkestiteln gentemot grannarna respektive mäklaren visar att kontexten har en betydande roll. På liknande vis blir kontexten betydelsefull för Tove när hon relaterar till sin yrkestitel och användning av den i interaktion med andra. När Tove fick sin tjänst HR-assistent kände hon sig till en början cool med yrkestiteln. När kontexten blev förändrad, ändrades hennes attityd. Tove vill gärna ha en högre yrkestitel men behålla samma typ av arbetsuppgifter som hon har idag. Följande citat av Tove visar detta:

“När jag fick jobbet då kände jag mig lite mallig över det, för att det inte var så många som hade en HR-assistent roll utan mer inom rekrytering och så där. Jag kände att jag stack ut lite och det kändes bra men nu när tiden går så känns det som att jag vill klättra inom vad det heter, själva rollen, även om uppgifterna är lite same-same /.../ ibland säger jag att jag jobbar med HR men undviker att säga assistent.” (Tove, HR-assistent, 2018-11-14)

Toves tankegångar kan förstås utifrån Alvessons (2008) resonemang kring att yrkestitlar används för att stoltsera sig med och skapa en viss approach, som kan resultera i en statushöjd image. Det handlar sällan om vad en gör och åstadkommer utan mer att en titel ska uppfattas som något framstående. Detta resulterar ofta i en diskrepans mellan praktik och tjugiga ideal (ibid). Denna diskrepans skulle möjligtvis kunna återses i Toves resonemang kring att hon gärna vill klättra till en ny yrkestitel men fortsätta med samma typ av arbetsuppgifter. Hon har en strävan efter att ha en yrkestitel som förknippas med något framstående. Denna grandiositet som Alvesson (2008) beskriver resulterar ofta i nollsummespel. Det pekar mot att Tove är en del av ett nollsummespel som hon både påverkar och blir påverkad av.

Vi tolkar Toves strävan efter att vilja bli förknippad med något prestigefyllt som en del av hennes identitetsskapande. Tecken som stöder denna tolkning är bland annat att Tove uppfattar drivna personer som statusfyllda. Det framkom att hon ser upp till drivna personer och ger exempel på Filip Tysander, grundaren till klockmärket Daniel Wellington, samt entreprenören Isabella Löwengrip. Jenkins (2014) menar att individers identitet formas efter personer som hen tillskriver värde och betydelse. Då Tove tillskriver drivna personer värde kan antas att hennes sociala identitet påverkas av dem. Idag tycks det vara genom yrkestiteln som Tove själv vill visa sig driven och därför är det viktigt för henne att den signalerar ut en viss approach, som hon upplever att hennes nuvarande yrkestitel HR-assistent inte signalerar.

5.2.4 I yrkessammanhang: Hur respondenterna upplever att omgivningen reagerar på deras självpresentation

Flera respondenter menar att yrkestiteln skapar såväl möjligheter som hinder i yrkessammanhang. Det framkom framförallt tre perspektiv som presenteras nedan. Stina beskrev hur yrkestiteln kan vara ett hinder. Hon berättade att hon ibland undviker att säga sin yrkestitel, vilket följande citat belyser:

“Ibland kan det kanske vara hindrande om man då är Head of någonting, så kanske det får folk att, ja men hålla sig mer väl eller inte vågar säga vad dom tycker. Så är det ibland, att folk vågar säga mindre till dom cheferna som är högre upp, jag är inte jättehögt upp, så är det inte /.../ det är bara en fin titel, men folk får fel uppfattning.” (Stina, Head of Talent Manager, 2018-11-26)

Det framkommer i citatet att Stina upplever att andra kan bli tysta när de hör hennes yrkestitel vilket kan bli hindrande. Stina väljer därför att lyfta fram att hon jobbar med Talent Management, i tron om att ge en mer korrekt bild av hennes position inom företaget och då också bemötas utifrån det. Stinas resonemang kring huruvida hennes yrkestitel påverkar andras bemötanden och tankar kan tolkas som ett exempel på att förväntningar skapas på bemötande och tankar utifrån ens yrkesidentitet (Ulfsson & Flisbäck 2011).

Monica ger ett annat perspektiv där yrkestiteln istället kan användas som ett redskap för att skapa möjligheter. Hon och flera av de andra respondenterna lyfter särskilt fram yrkestitelns möjlighetsskapande i kontakt med externa kunder. På Monicas arbetsplats har de anställda som arbetar med sälj och marknadsföring en yrkestitel internt och en uppfriserad yrkestitel på sitt visitkort. Detta med anledning av att de anställda hävdar att den uppfriserade yrkestiteln ger bättre möjligheter att komma i kontakt med viktiga leverantörer och återförsäljare. Monica menar att det är en maktfaktor vad som står

på visitkortet och ibland kan exempelvis någon skriva Manager fast att den inte är det. Monica belyser i följande citat:

“Oftast när det gäller sälj och marknadsbolag som jag varit i så är det säljare och marknadsförare som är väldigt petiga och det blir ett krig att jag måste ha den här titeln, annars kan jag inte prata med den och den /.../ Det handlar om hur man vill framstå på den lokala marknaden.” (Monica, Interim HR-Manager, 2018-11-15)

Som Monica nämner så handlar det om hur en vill framställa sig själv. Såväl Jenkins (2014) som Goffman (2009) belyser hur vi försöker styra de intryck som vi ger vår omgivning. Goffman (2009) menar att intrycksstyrning sker i form av en växelverkan som pågår mellan individer. I Monicas fall innebär det en växelverkan mellan anställda på hennes arbetsplats och externa leverantörer och återförsäljare. Vidare kan Alvessons (2008) begrepp grandiositet ge förståelse kring varför de anställdas yrkestitel friseras upp. Alvesson (2008) menar att individer och även yrkesgrupper och organisationer strävar efter att framställa sig i positiv dager och skapa en statushöjande image, och där kan yrkestiteln ha en betydande roll i den processen.

Ett tredje perspektiv av hur yrkestiteln kan påverka omgivningen framförs av Anita som menar att yrkestitlar kan lyfta en hel yrkesgrupps status. Hon upplever att yrkestitlarna inom HR-fältet benämns med HR och inte personal. Hon tycker att detta visar på att HR-branschen är ett brett område som inte enbart syftar till personaladministration utan rör sig mot bland annat kultur- och hållbarhetsfrågor. Följande citat visar hur Anita resonerar kring yrkestitlar inom HR-fältet:

“För dom som jobbar på HR är det viktigt att det heter HR-chef och inte personalchef. Personalchef låter så gammaldags och mossigt, inte för att det liksom är prestige utan för att det är ett gammeldags ord att använda. Vi vill inte vara någon trött gammal personalavdelning /.../ Vi arbetar inte bara med personaladministration utan jobbar med exempelvis kulturfrågor och hållbarhetsfrågor. HR har lyfts till en annan nivå och då hittar man på någon bra titel som visar det.” (Anita, HR-chef, 2018-11-15)

Återigen ses en form av intrycksstyrning (Goffman, 2009) och grandiositet (Alvesson, 2008). Att skapa nya yrkestitlar inom HR-fältet kan ses som ett kollektivt uttryck i strävan efter att höja gruppens nivå och viljan att bli förknippade med något prestigefyllt.

Samtidigt som Anita tänker att benämningen HR inte har med status att göra, kan det utifrån hennes vision av att HR-fältet skall lyftas till en ny nivå, förstås handla om att ge HR-branschen status. Detta utifrån Ulfsson och Svenssons (2009) studie om yrkens olika status, som visar att yrken högt upp inom organisationer innehar hög status medan administration- och assistentroller innehar låg

status. Att HR-branschen går ifrån administration och mer mot att arbeta med strategiska frågor och nära ledningen, resulterar i en fråga om uppfattningen kring HR-branschens status och prestige i samhället. Det visar på att yrkestiteln kan fungera som instrument vid intrycksstyrning och i detta fall försök till att höja en grupps status.

Å andra sidan kan Anitas upplevelse av att allt fler HR-benämnda yrkestitlar inte har med prestige att göra grunda sig i vad hon tänker kring dagens samhälle. Hon lyfter att utvecklingen går mot att yrkestiteln blir allt mindre viktig för individens status och att annat blir mer betydelsefullt. Framförallt saker som visar på en god livsstil, såsom att en har tid för familj och intressen. Hennes resonemang pekar mot det Isacsson och Silvé (2002) lyfter gällande förskjutningen att individen alltmer definierar sig utifrån andra kategorier än yrkestillhörighet. Enligt Ulfsson och Flisbäck (2011) används ofta status och prestige synonymt i vardagligt tal och möjligt är därför att när Anita talar om prestige knutet till HR-titlar talar hon samtidigt om status. Och där ser hon en utveckling som går mot att individer framhäver andra attribut än yrket och yrkestitlar när de vill visa på status. Utifrån ovan är det följaktligen möjligt att utvecklingen till HR-benämnda yrkestitlar inte är för att höja individens status utan försök till att höja yrkesgruppens status.

5.2.5 Hur reagerar respondenterna på andras självpresentationer

Det framkom framförallt två perspektiv kring hur respondenterna tänker gällande andras självpresentationer. Det första perspektivet handlar om vad respondenterna uppfattade att syftet var av motparten när de presenterade sig på ett visst sätt. Måns menade exempelvis att om en presenterar sig med yrkestiteln utanför yrkessammanhang visar det på att en vill hävda sig med den. Han påstår att han själv inte har ett behov av att hävda sig vilket gör att han sällan presenterar sig med sin yrkestitel, undantag finns dock för vissa tillfällen. Dessa tillfällen är när han möter någon som han upplever använder yrkestiteln som statusmarkör. Måns kryddar då sin egen genom att säga att han är HR-ansvarig istället för HR-Partner för att förstärka sin position. Uppenbarligen påverkas Måns beteende av hur han reagerar på andras självpresentation. Återigen tycks Goffmans (2009) begrepp intrycksstyrning bli relevant för att förstå hur och varför en använder sin yrkestitel gentemot andra.

Tre av respondenterna, Måns, Anita och Stina, lyfte det webb-baserade sociala nätverket LinkedIn. Samtliga upplever att många som är aktiva på LinkedIn medvetet skruvar upp sina yrkestitlar och lyfter fram det som är positivt. Måns menar att 90 % av de som använder LinkedIn vinklar och vrider på sina yrkestitlar för att boosta upp den, såsom att en som har yrkestiteln HR-Business Partner istället skriver HR-Director. Anita berättade om en liknande iakttagelse, som framkommer i följande citat:

“Jag kom också på att jag faktiskt jobbat med en person som på LinkedIn skrev att hon var Director xxx fast vi inte hade engelska titlar på det företaget och inte heller några direktörer.” (Anita, HR-chef, 2018-11-19)

Anitas tankegångar om varför personer vill skriva upp yrkestitlar landar i att det kanske är viktigt för en del att hävda sig gentemot omgivningen. Måns tycker att det är tröttsamt och ser ingen anledning till att boosta. Jenkins (2014) och Ulfsdotter Eriksson och Flisbäck (2011) menar att när vi definierar och säger saker om andra, så säger det även något om oss själva. Respondenternas sätt att prata om hur andra presenterar sig på LinkedIn, kan alltså säga något om hur de själva är. En slags positionering kan ses göras av Måns, Anita och Stina när de distanserar sig från personer som de upplever hävda sig genom sin yrkestitel. Att LinkedIn verkar vara en plattform som det finns många tankar om, kan bero på att personer visar upp såväl sin yrkestillhörighet som en del av sitt kontaktnät. Enligt Jenkins (2014) kan de relationer samt yrke som en individ har fungera som signaler till omgivningen om vem individen är och således bestämma identiteten. Ens presentation på LinkedIn kan därför bli en viktig komponent i skapandet av ens sociala identitet.

Det andra perspektivet kring uppfattningen gällande andras självpresentationer handlar om att respondenterna kategoriserar och tillskriver motparten egenskaper baserat på vad hen presenterar sig som. Dock verkar det finnas en ambivalens kring huruvida en yrkestitel säger något om en person eller inte. Å ena sidan nämnde Clara att hon inte är så noga med att veta en persons yrkestitel utan *“är mer intresserad av vem personen är”* (Clara, HR- Partner, 2018-11-16). Å andra sidan återkom hon strax efter uttalandet till att om en person presenterar sig som produktionsarbetare tillskriver hon egenskaper såsom utbildad och lat. Även Stina menar att det är lätt att tillskriva egenskaper baserat på en persons yrkestitel. Hon ger exempel på att en programmerare är analytisk, intresserad av siffror och bra på att hitta lösningar.

Ovan visar hur ett par av respondenterna tilldelar yrkesroller olika personlighetstyper, vilket Hinton (2003) menar att vi gör. Kategoriserandet sker för att vi ska kunna orientera oss i vår omgivning (Jenkins, 2014) och utifrån kategoriseringen skapas förväntningar på individens beteende (Hinton, 2003). Identifierandet av en annan individ kan enligt Jenkins (2014) vara tillräcklig för att bestämma hur vi kommer att bemöta och behandla personen. En skulle alltså kunna säga att den kategorisering som görs av Clara och Stina när andra presenterar sig för dem är ett mänskligt drag och något som vi alla mer eller mindre gör.

6. Sammanfattning och diskussion

Detta kapitel har för avsikt att diskutera och ge svar på studiens syfte kring att undersöka om och i så fall hur yrkestitlar är statusbärande för individer inom HR-fältet. Det har även varit av intresse att studera om yrkestitlar kan kopplas samman med individens identitet. Utifrån studiens resultat ges nedan svar på studiens tre frågeställningar.

Vad upplevs syftet med yrkestitlar att vara?

Samtliga respondenter upplever att syftet med yrkestitlar är att klargöra vem som gör vad i ett yrkessammanhang. Med yrkestiteln kan en även få inflytande och mandat. Det framkommer också att yrkestiteln används som ett redskap för att kategorisera och bedöma personer i ens omgivning.

Är yrkestiteln en del av individens identitet? Och i så fall hur?

Yrkestiteln tycks vara en del av individens identitet trots att försök till distansering görs. Skapandet av identiteten verkar vara starkt sammankopplad med sociala strukturer. Detta tyder på att oavsett individens försök till distansering så kommer troligtvis omgivningen att identifiera hen utifrån yrkestiteln.

Hur ser respondenterna på relationen mellan yrkestitlar och status?

Yrkestiteln tycks fungera som en statusmarkör både inom och utanför yrkessammanhang. Respondenternas upplevelse är att yrkestitlar friseraras upp i syfte att få inflytande och mandat. En statusfylld yrkestitel verkar också kunna medföra hinder i form av att omgivningen känner sig underlägsen och därmed anpassar sitt beteende på ett sätt som missgynnar personen som har yrkestiteln.

Detta kapitel fortsätter med en sammanfattning och diskussion kring studiens resultat. Därefter diskuteras resultatet i sken av tidigare forskning i syfte att lyfta fram studiens bidrag till forskningsfältet. Slutligen görs avslutande reflektion samt ges förslag på vidare forskning inom området.

6.1 Resultatdiskussion

Under intervjuerna framkom det olika dimensioner av diskrepans. Samtliga respondenter upplever att syftet med yrkestitlar är att klargöra vem som gör vad i ett yrkessammanhang och vissa menar att yrkestitlar verkar som en kategoriserande princip inom andra sociala sammanhang. Det utkristalliseras att en viss diskrepans råder mellan yrkestitlar och praktik vilket respondenterna upplever något förvirrande. Dock verkar ingen av dem tycka att det är något egentligt problem utan har enbart noterat att förvirring råder. I det moderna samhället bedöms vi efter prestation (Sennett, 2007) och vi strävar efter att bli

förknippade med något prestigefyllt och unikt som önskas resultera i förbättrad självkänsla (Alvesson, 2008). Den diskrepans som tycks råda mellan yrkestitlar och praktik kan vara ett resultat av våra försök att ha en yrkestitel som statusmarkör utan att innehållet nödvändigtvis är i samklang, vilket tyder på ett nollsummespel (Alvesson, 2008). Ett exempel på det är att en respondent som anser att hennes yrkestitel beskriver vad hon gör ändock vill byta den till en annan som hon anser är mer prestigefylld.

En annan form av diskrepans innefattar den skillnad mellan vad respondenterna sade vid första reflektion kring yrkestitlar och vad de sedan berättade om senare under intervjun. Åtta av nio respondenter menade vid första reflektion att yrkestitlar enbart är till för att användas som vägledning på arbetsplatsen. Sedan framkom det att samtliga respondenter anpassar sin användning av yrkestiteln beroende på kontext, såväl utanför som på arbetsplatsen. Den anpassning som görs av respondenterna tyder på att yrkestiteln säger mer än vad någon arbetar med. Utifrån tidigare forskning och teori fungerar yrkestiteln som en identitetsmärkning och är bärare av status (Grant, Berg & Cable, 2014) och yrket är en central del i skapandet av vår sociala identitet (Ulfsson & Eriksson & Flisbäck, 2011). Och då vi är måna om att vi presenterar oss på ett sådant sätt så att andra uppfattar oss som vi vill och önskar att de ska göra (Jenkins, 2014) har yrkestiteln en betydande del i presentationen. Intrycksstyrning syftar till att ge individen möjlighet att uppnå en idealiserad roll, vilken går i linje med samhällets syn på idealet för den rollen (Goffman, 2009). Respondenternas anpassning med användning av yrkestiteln kan alltså bero på en strävan att uppnå en idealiserad roll. Av intervjuerna framkom det att en sådan idealiserad roll innebär att uppfattas så cool som möjligt men samtidigt inte hävda sig.

I dessa diskrepanser blir det tydligt att kontexten är av betydelse. Ens värderingar och handlingar anpassas utifrån vad en individ anser är korrekt i olika situationer (Sayer, 2005). I varje given situation behöver människor orientera sig vilket sker med hjälp av bland annat frågor som "vad jobbar du med" och attribut, såsom yrkestiteln. Detta resulterar i att vi kategoriserar samt blir kategoriserade och vi positionerar oss gentemot andra (Jenkins, 2014). Det blir här tydligt hur relationen mellan individ och social struktur knyts samman, där vår identitet och status skapas i en social process. Och resultatet pekar på att vi påverkar och påverkas av den sociala strukturen, att en slags växelverkan sker. Enligt respondenternas utsagor är LinkedIn ett tydligt exempel på ett fält där denna växelverkan sker och som resulterat i ett nollsummespel på plattformen. Ett samspel pågår mellan LinkedIn-profiler, där individen knyts samman med en social struktur. Huruvida en anser att allt detta är bra eller dåligt tycks spela mindre roll. Detta eftersom vi människor orienterar oss i vår omgivning (Hinton, 2003) och därmed är vi en del av processen och kategoriserandet kommer troligen att fortskrida.

Huruvida yrkestiteln i framtiden är en del av kategoriserandet är dock utifrån studiens resultat ovisst. Å ena sidan tror vissa respondenter att yrkestiteln kommer bli mindre viktig för individers identitet och status och istället kommer andra attribut som fritidsintressen få större betydelse. Å andra sidan menar

ett par andra respondenter att yrkestiteln fortsatt kommer att vara en viktig symbol för vem en person är. Denna dubbeltydighet som resultatet pekar mot går i linje med den dubbeltydighet som framkommer i tidigare forskning (Grant, Berg & Cable, 2014; Isacsson & Silvé, 2002; Sennett, 2000; Ulfsson & Eriksson & Flisbäck, 2011). Likt Hallier och Summers (2011) artikel om HRM-studenter framkommer det i vårt resultat att försök görs till att distansera sig från att identifiera sig med sitt yrke. Till skillnad från deras artikel framkom det att distanseringen för våra respondenter berodde på att en inte ville upplevas som en person som hävdar sig med yrkestiteln. Den ambivalens kring respondenternas användande av sin yrkestitel tyder dock på att distanseringen inte fullt ut lyckas. Vilket kan tänkas bero på att identitet och status skapas i interaktion med andra och därför svårt för individen att fullt ut påverka distanseringen.

En skillnad angående vilka respondenter som tydligt gjorde försök till att distansera sig från yrkestiteln visades vara var de befinner sig i arbetslivet. Ett par av de yngre som är i början av sitt arbetsliv framhävde i högre grad betydelsen av yrkestiteln som statusmarkör och knöt samman yrkestiteln med privatlivet. De respondenter som befann sig i andra halvan av yrkeslivet hade större benägenhet att lägga mindre vikt vid yrkestiteln som statusmarkör. De knöt heller inte samman yrkestiteln och identitetsmärkning av en person, som ett par av de yngre respondenterna tenderade att göra. Skillnaden som uppenbarade sig kan tänkas bero på olika faktorer. Det kan tyda på att vi värdesätter olika beroende på var vi befinner oss i livet. En äldre person med längre erfarenhet kan tänkas ha byggt upp sitt personliga varumärke med andra attribut än yrkestiteln, såsom bostadsadress, sommarstuga eller rollen som förälder. Medan en yngre person har ett varumärke där yrkestiteln får en större och mer betydande roll. I intervjuerna framkom det att individer tycks ha ett behov av att hävda sig, vilket kan göras genom attribut och olika beteenden. Det kan handla om den grandiositet som florerar i samhället, där vi vill förknippas med något prestigefyllt och vara unika (Alvesson, 2008).

I det moderna samhället bedöms vi utifrån prestation (Sennett, 2007). Möjligt är även att i fortsättningen kommer yrkestiteln vara en symbol för ens prestation och därmed ligga till grund för bedömning och vara en bidragande faktor till ens sociala identitet och status. Utifrån studiens resultat tycks allt fler unika och kreativa yrkestitlar användas och den trenden kan vara tecken på vad som i dagens samhälle anses vara prestation och värderas högt.

6.2 Avslutande reflektion

För att återknyta till den tidigare forskningen önskar vi reda ut den dubbeltydighet som råder kring huruvida yrkestiteln är en betydande del av individens identitet och status. Viss forskning kring yrke och yrkestitlar kopplat till identitet samt status (Grant, Berg & Cable, 2014; Hallier & Summers, 2011;

Ulfsson & Flisbäck, 2011; Walsh & Gordon, 2008) går i mångt och mycket i linje med studiens resultat som visar att yrkestiteln är viktig för individers identitet och status. Vi ser att respondenterna ibland använder yrkestiteln och ibland undviker att göra det. En faktor som påverkar användandet är bland annat kontexten, det vill säga vem, var, hur, och varför. Vilket kan peka mot att yrkestiteln har en betydelse för individen. Samtidigt visar studiens resultat att en del respondenter spår att andra attribut än yrkestiteln kommer ha en betydande del för individens identitet och status, vilket pekar åt samma riktning som Isacson och Silvéns (2002) forskning.

Dubbetydigheten som vi ser i den tidigare forskningen verkar alltså avspeglas i denna studie. Vi tycks befinna oss i en tid där yrkestiteln fortfarande har en stor betydelse för individens identitet och status men möjligt är att andra attribut blir allt mer betydelsefullt i identitet- och statusprocessen. Vi hoppas att studien bidragit till att generera mer kunskap kring huruvida yrkestitlar idag har en betydelse för individens identitet och status.

Det bör tas i beaktande att studiens resultat aldrig varit ämnat att generalisera till en population. Däremot kan resultaten förstås i skenet av de förhållanden som gäller specifikt HR-fältet inom Stockholmsområdet. Detta eftersom respondenterna liknar varandra i dessa avseenden och det kan tänkas att resultatet blivit annorlunda om intervjuer genomförts med personer som arbetar inom HR på mindre ort. Möjligt är att resultatet skulle skiljt sig åt gällande vad som anses vara status, hur stor betydelse ens yrke har samt fokus på yrkeskarriär. Vilket skulle kunna bero på utbildningsnivå, ålder på förstagångsföräldrar etcetera. Det kan även tänkas att resultatet blivit annorlunda om annat fält undersökts. Exempelvis ett fält som präglas av legitimerade yrkestitlar, såsom läkare och advokat. Möjligt är att dessa yrkestitlar har en annan betydelse i identitet- och statusprocessen då andra kriterier krävs för att besitta en sådan yrkestitel, exempelvis en viss grad av utbildning. Diskussion bör även föras kring val av intervjuplats. Åtta respondenter intervjuades på deras respektive arbetsplats, vilket kan ha påverkat studiens resultat då fokus oreflekterat kan ha riktats mot yrkestiteln i yrkessammanhang. På grund av studiens omfång var det heller ej möjligt att uppnå mättnad. Utifrån dessa aspekter bör läsaren ställa sig kritisk till studiens generaliserbarhet.

Som visats på framkom tendenser kring att var en befinner sig i arbetslivet kan påverka om och hur yrkestiteln spelar roll i identitet- och statusprocessen. Detta var inget som vi inledningsvis hade i åtanke och inte heller möjlighet att studera närmre. Det leder oss in på hur vidare forskning inom ämnet kan ta riktning. Förslag ges därmed till att studera yrkestitlars betydelse för individers identitet och status med hänsyn till var de befinner sig i arbetslivet. Då tidigare forskning inom ämnet främst utgått från kvalitativ metod och att det i vår studie framkommit att respondenterna upplever att de gör en sak medan deras första reflektioner tyder på annat, ges också förslag på att genomföra observationsstudier inom fältet. Observationsstudie skulle kunna bidra till förståelse kring diskrepansen mellan vad som sägs och

vad som görs. Då studiens resultat visar att utanför yrkessammanhang har yrkestiteln ofta en större betydelse än vad respondenterna uttryckte vid första reflektion, föreslås att observationsstudie görs utanför arbetsplatsen. Exempelvis i sammanhang där personer träffas för första gången och presenterar sig.

7. Källförteckning

Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). *Handbok i kvalitativa metoder*. 2., [utök. och aktualiserade] uppl. Stockholm: Liber.

Alvesson, M. (2008). [ny utg.] *Tomhetens triumf*. Stockholm: Atlas.

Anonym. (2012). Offbeat Job Titles on the Rise. *T + D*, 66 (2), s. 19.

<http://web.b.ebscohost.com/till.biblextern.sh.se/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=a046571b-f5d6-40c9-a41d-654eb2e6a114%40sessionmgr102>

Aspers, P. (2011) *Etnografiska metoder: att förstå och förklara samtiden*. Malmö: Liber.

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber.

Callin, M. (2017). Titlar ur tiden. *Språktidningen*. Oktober-18

<http://spraktidningen.se/artiklar/2017/09/titlar-ur-tiden>: Hämtad 22/10-18

Eriksson, A. (2012). Gamla titlar avskaffas. *Göteborgs Universitet- Medarbetarportalen*. 18/9-12

<https://medarbetarportalen.gu.se/aktuellt/gu-journalen/arkiv/2012/nummer-5-12/gamla-titlar-avskaffas.jsessionid=mtom1gcpxcle1x7c61al1qevv?skipSSOCheck=true&referer=https%3A%2F%2Fwww.google.se%2F>: Hämtad 12/12-18

Goffman, E. (2009). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 6., [uppl.,] Stockholm: Studentlitteratur.

Granberg, O. (2011). *PAOU: personaladministration, HRM och organisationsutveckling*. 8., [rev. och utök.] utg. Stockholm: Natur och kultur.

Grant, A. Berg, J. & Cable, D. (2014). Job titles as identity badges: how self-reflective titles can reduce emotional exhaustion. *Academy of Management Journal*, 57 (4), s. 1201-1225

Hallier, J. & Summers, J. (2011). Dilemmas and outcomes of professional identity construction among students of human resource management. *Human resource management journal*, 21(2), s. 204-219.
<http://web.b.ebscohost.com/till.biblextern.sh.se/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=785a1633-82d7-446e-98de-73d30d30dc02%40pdc-v-sessmgr01>

Hinton, P. R. (2003). *Stereotyper, kognition och kultur*. Lund: Studentlitteratur.

Hjerm, M. Lindgren, S. & Nilsson, M. (2014) *Introduktion till samhällsvetenskaplig analys*. Malmö: Gleerups utbildning.

Isacsson, M. & Silvé, E. (2002). Yrken och yrkeskonstruktion i det moderna och senmoderna samhället. I: Abrahamsson, K. m.fl. (red.). *Utbildning, kompetens och arbete*. Lund: Studentlitteratur.

Jenkins, R. (2014). *Social identity*. 4., [uppl.,] London & New York: Routledge.

Johansson, R. (2015). Branschens konstiga titlar. *Finansliv*. 7/5-15 <https://www.finansliv.se/artikel/vad-ar-det-du-gor-sa-du/>: Hämtad 22/10-18

Pettersson, M. (2011). Gamla yrkestitlar lever kvar. *Helsingborgs Dagblad*. 21/8-11
<https://www.hd.se/2011-08-21/gamla-yrkestitlar-lever-kvar>: Hämtad 12/12-18

Sayer, A. (2005). *The Moral Significance of Class*. Cambridge: Cambridge University Press.

Sennett, R. (2007). *Den nya kapitalismens kultur*. Stockholm: Atlas.

Sennett, R. (2000). *När karaktären krackelerar*. Stockholm: Atlas.

Stork, F. (2016). Nya engelska titlar är här för att stanna. *Jönköpings-Posten*. 5/4-18
<https://www.jp.se/article/nya-engelska-titlarna-ar-har-for-att-stanna/>: Hämtad 22/10-18

Tajfel, H. & Turner, J. C. (1979) "An Integrative Theory of Intergroup Conflict". I: Austin, W.G & Worchel, S. (red.) *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, Calif: Brooks/Cole.

Tillväxtverket (2018). *Basfakta om företag*.

<http://tillvaxtverket.se/statistik/foretagande/basfakta-om-foretag.html>: Hämtad 21/11-18

Trost, J. (2010) *Kvalitativa intervjuer*. 4., uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Ulfsdotter Eriksson, Y. (2013). *Personalvetenskap- som förhållningssätt*. Stockholm: Liber AB.

Ulfsdotter Eriksson, Y. & Flisbäck, M. (2011). *Yrkesstatus*. Malmö: Liber AB.

Ulfsdotter Eriksson, Y. & Svensson G, L. (2009) *Yrkesstatus. En sociologisk studie av hur yrken uppfattas och värderas*. Göteborg: Göteborgs universitet. ISRN: GU-SOC-FR-140-SE.

https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/19737/1/gupea_2077_19737_1.pdf

Vetenskapsrådet (2002). "God forskningssed". Stockholm: Vetenskapsrådet.

Walsh, K. & Gordon, J.R. (2008). Creating an individual work identity. *Human Resource Management Review*, s. 46–6.

https://ac-els-cdn-com.till.biblextern.sh.se/S1053482207000563/1-s2.0-S1053482207000563-main.pdf?_tid=d3613b6b-74a9-4386-bd81-48d0b868d1fb&acdnat=1541509611_323b3d3522fa62024f7cb3306857a009

Österberg, D. (2017). Svårbegripliga titlar tilltar. *Kollega*. 6/11-17

<https://www.kollega.se/svarbegripliga-titlar-tilltar>: Hämtad 22/10-18

8. Bilagor

8.1 Bilaga 1: Intervjuguide

Inledning

1. Presentation av oss och studien
 2. Information om hur intervjun går till samt etik: konfidentialitet i största möjliga mån.
 - Deltagandet är frivilligt och du får avbryta intervjun om så önskas, det går även bra att hoppa över frågor.
 - Du bestämmer själv över din medverkan vilket betyder att du i efterhand kan välja att vi inte ska använda din intervju i uppsatsen. (Detta innan uppsatsen är publicerats)
 - Materialet används enbart i syfte för C-uppsatsen
 - Namn och andra personuppgifter ersätts av fiktiva
 - Är det ok att vi spelar in intervjun?
 - Allt insamlat material kommer raderas och förstöras när C-uppsatsen är publicerad.
-

Följdfrågor:

- Kan du ge exempel?
- Hur kändes det då?
- Utveckla gärna
- Förstår jag dig rätt...
- Skulle du kunna berätta mer om...

Tema 1: Inledning

- *Namn? Ålder? Utbildning? På vilket företag är du anställd? Hur länge har du arbetat på företaget? Vad har du för yrkestitel? Hur länge har du arbetat inom HR?*
- Vad upplever du att syftet med yrkestitlar är?

Tema 2: Yrkestiteln på arbetet

- Vad har du för yrkestitel (om det ej kom upp i presentationen)
- Hur ser din rollbeskrivning ut?
- Upplever du en tydlig enhetlighet mellan din yrkestitel och dina arbetsuppgifter?

- När använder du din yrkestitel på arbetet?
- Vad tror du att andra tänker om/förstår din yrkestitel?
- Vad vill du att andra ska förstå med din yrkestitel?
- Har du varit med om missförstånd/ förvirring kring din eller kollegors titlar?
- Finns det situationer på arbetsplatsen som påverkas av varandras titlar- typ kaffemuggar, vem sitter vart i matsalen, aktar sig i korridoren, får ta “rollen” som ingen vill på mötet, typ sekreterare.
- Vad är din upplevelse av LinkedIn?- *Tillkom efter intervju nr 4*

Tema 3: Yrkestiteln utanför arbetet

- Använder du din yrkestitel i andra sociala sammanhang?
- Upplever du att du tillskrivs egenskaper på grund av din yrkestitel, som inte har att göra med dina arbetsuppgifter?
- Och tvärtom- gör du det till andra?

Tema 4: Effekter av yrkestiteln

- Har det hänt att du känner press på grund av din yrkestitel och de eventuella förväntningar som medkommer?
- Upplever du kontroll och/eller tillfredsställelse genom din titel?
- Har du upplevt sammanhang där du i förväg känner dig tryggare därför att du “vet” att den titeln du har ses som statusfyllt- eller tvärtom?
- Finns det tillfällen som du medvetet undvikit att säga din titel- i så fall, varför?

Tema 5: Dåtid och framtid

- Upplever du skillnad i hur yrkestitlar används idag, jämfört med förr?
- Om du har arbetat inom HR på andra företag- vilka titlar har du haft då?, skiljde sig arbetsuppgifterna åt från de du har idag?
- Hur tror du att yrkestitlar kommer att användas framöver?

Tema 6: Allmänt

- Har du reflekterat över din titel och dess innebörd?
- Är din yrkestitel viktig för dig?
- Upplever du att yrkestitlar är viktigt för andra?

Tema 7: Status och avslutning

- Vad är status för dig?
- Vad tänker du att status kan medföra?
- Vem har mycket status enligt dig?
- Vem har mycket status enligt samhället?
- Är det något annat som du skulle vilja tillägga?

Tack för din medverkan!

- Får vi återkomma vid ytterligare frågor eller funderingar?
- Säkerställ att respondenten har våra kontaktuppgifter

8.2 Bilaga 2: Första mailutskicket

Hej NN,

Vi är två studenter som studerar tredje året på personalvetarprogrammet på Södertörns högskola och ska under hösten skriva en kandidatuppsats inom ämnet sociologi. Uppsatsen berör yrkestitlar och vi kommer att genomföra intervjuer med personer inom HR. Vi skulle gärna vilja träffa någon anställd på er HR-avdelning för att få ta del av perspektiv och upplevelser av yrkestitlar. Vi tror att Ni på NN HR-avdelning i Stockholm kan vara en tillgång i vårt uppsatsarbete och förhoppningsvis finner ni det intressant att medverka. Intervjun beräknas ta omkring 25-40 minuter och vi är flexibla med tid och plats, beroende på vad som passar. Intervjun behöver helst genomföras under veckorna 46-47. Om dessa veckor inte är möjliga är även vecka 48 ett alternativ. Medverkan är självklart anonym i största möjliga mån. Exempelvis kommer ditt namn och företagets att bytas ut till fiktiva. Intervjun kommer enbart att användas i syfte för vår kandidatuppsats och intervjumaterialet kommer raderas när uppsatsen är slutförd.

Vi vore mycket glada och tacksamma för Er medverkan. Vid frågor, tveka inte att höra av Er.

Uppsatshandledare: Alexandra Bogren

mail. XX

Vänliga hälsningar,

Josefin Berg

tel. XX, mail: XX

Sofia Börjeson

tel. XX, mail: XX