



## Ohövlighet ett problem, hövlighet en lösning

Dan Hasson, är docent i folkhälsolära, stress och arbetsmiljöforskare vid KI och Mayo Clinic i USA.

Han har fått forskningsanslag från Handelsrådet för att genomföra en stor studie över hur ohövlighet från kunder, arbetskamrater och överordnade påverkar medarbetare i detaljhandeln.



På Handelsrådets dag berättade han att han länge sökt forskningsanslag för en brett upplagd studie om hövlighet /ohövlighet i arbetslivet innan han fick napp hos Handelsrådet.

– Ohövlighet är ett arbetsmiljöproblem. Människor som utsätts blir nedstämda, de tappar arbetsglädje och känner mindre lojalitet, säger han.

Målet är att undersöka hur 40 000 anställda inom detaljhandel upplever hövligt/ohövligt bemötande.

I exempelvis USA och Kanada bedrivs en hel del forskning kring hövlighet. Dan Hasson berättar att han kom att intressera sig för forskningsfältet när han tog del av resultat från en kanadensisk undersökning där man vidtagit enkla åtgärder för att förbättra arbetsklimatet på ett sjukhus genom att definiera vad som ansågs vara hövligt beteende, att regelbundet tala om det och att utvärdera om människorna i organisationen höll en hövlig ton.

Han berättar att resultaten blev häpnadsväckande – tilliten till ledningen ökade, respekten ökade, färre funderade på att sluta och sjukfrånvaron minskade med 38 procent.

Det framstod tydligt att ökad hövlighet löser många av de problem man brottas med på arbetsplatser i dag, inte minst inom handeln.

Han förklarar att ohövligheten har tilltagit i vårt samhälle sedan mitten på förra seklet. Ökad narcissism ser han som en möjlig förklaring – unga uppmuntras att gå sin egen väg utan att ta hänsyn till andra. De ska maximera sin självkänsla. Han anger en rad tämligen förödande konsekvenser av att människor har en uppblåst självkänsla och inte bryr isig om andra – den tilltagande psykiska ohälsan är en konsekvens.

Dan Hassons forskningsprojekt bygger på en flerdimensionell undersökning – man frågar om graden av hövlighet/ohövlighet, som personen utsätts för eller själv utsätter andra för, men också hur pass nöjda personerna är med beteendet. På så vis ringar forskarna in upplevelsen på ett mer fullödigt sätt; det finns stora variationer i hur olika människor upplever ohövlighet. En del noterar den men tar inte åt sig, medan det för andra kan förmörka en hel dag. Undersökningen kommer också att bygga på deltagarnas svar på hur de bemöter ohövlighet från kunder och arbetskamrater.

Dan Hasson söker nu kontakt med svenska detaljhandelsföretag som vill delta i undersökningen. Hittills har flera tusen personer fått besvara enkäten, men det är långt kvar till 40 000.

– Alla företag är välkomna. Ju fler deltagare undersökningen bygger på, desto värdefullare blir den, säger han.