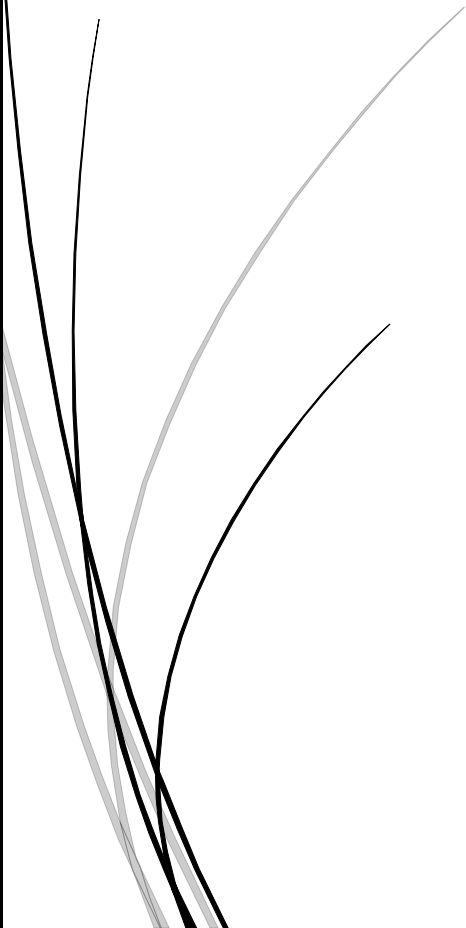


31-05-2018

Millennials' Kamp for Anerkendelse i det Moderne Samfund

Et kritisk studie af den diskursive fremstilling i jobopslag



Af: Kirse Fisker og Natasha Tracey
Vejleder: Lisbeth Kappelgaard

Specialeafhandling i Kommunikation
Aalborg Universitet



**TITEL: MILLENNILAS' KAMP FOR ANERKENDELSE I DET
MODERNE SAMFUND**

SEMESTER: 10. SEMESTER

PERIODE: FORÅR 2018

ECTS: 30

VEJLEDER: LISBETH KAPPELGAARD

NAVNE: KIRSE FISKE & NATASHA TRACEY

STUDIENUMRE: 20134027 & 20122721



ANSLAG: 327.984

NORMALSIDER: 136,6

BILAGSSIDER: 139 SIDER

Abstract

The aim of this thesis is to investigate why we experience negative feelings when engaging with job advertisements. When using the pronoun “we” in this thesis, we will be referring to the generation Y, also called Millennials. Partly based on interactions with practice, and partly from a conducted literature review, the identification of several gaps in the research showed a need for research in the way Millennials understand and interpret the meaning they receive when reading a job advertisement. In addition, it identified several issues with the recruitment process being a common sense process, which lead to wondering about the appearance of a job advertisement as a human “wish list”. From a critical perspective we became concerned with the effect of the common sense process on how Millennials perceive themselves when entering a job, and their struggle for recognition.

Our analysis of the academic problem outlined above is based on a social constructivistic approach containing various theories aiming to contribute to the solution of the academic problem. The overall structure for the research process for this thesis follows the steps in the Nexus Analysis, which acts as the theoretical and methodical framework of the thesis. The Critical Discourse Analysis, as presented by Norman Fairclough, acts as the practical analytical approach. Both theories will act as the structural base for the analysis in corporation with M.A.K. Halliday's Systemic Functional Linguistics. The empirical foundation of the thesis is based on three qualitative research interviews with members of the Millennial generation and two job advertisements.

Our results, presented by the formulated analysis, show that a power discourse is present and forming for both the discursive visualization of the millennials lifeworld and in our meeting with practice from analyzing the job ads. Our analysis identifies this power discourse as a side effect of the two ideologies Liberalism and Capitalism manifesting themselves in the modern society.

This thesis concludes that this power discourse violates Millennials in sphere of solidarity, which leads to Millennials not being able to obtain the recognition they need to produce a positive self-perception. Furthermore, we found that this violation of recognition and the blockages from being able to produce a positive self-perception can be seen as directly linked to the strong increase of

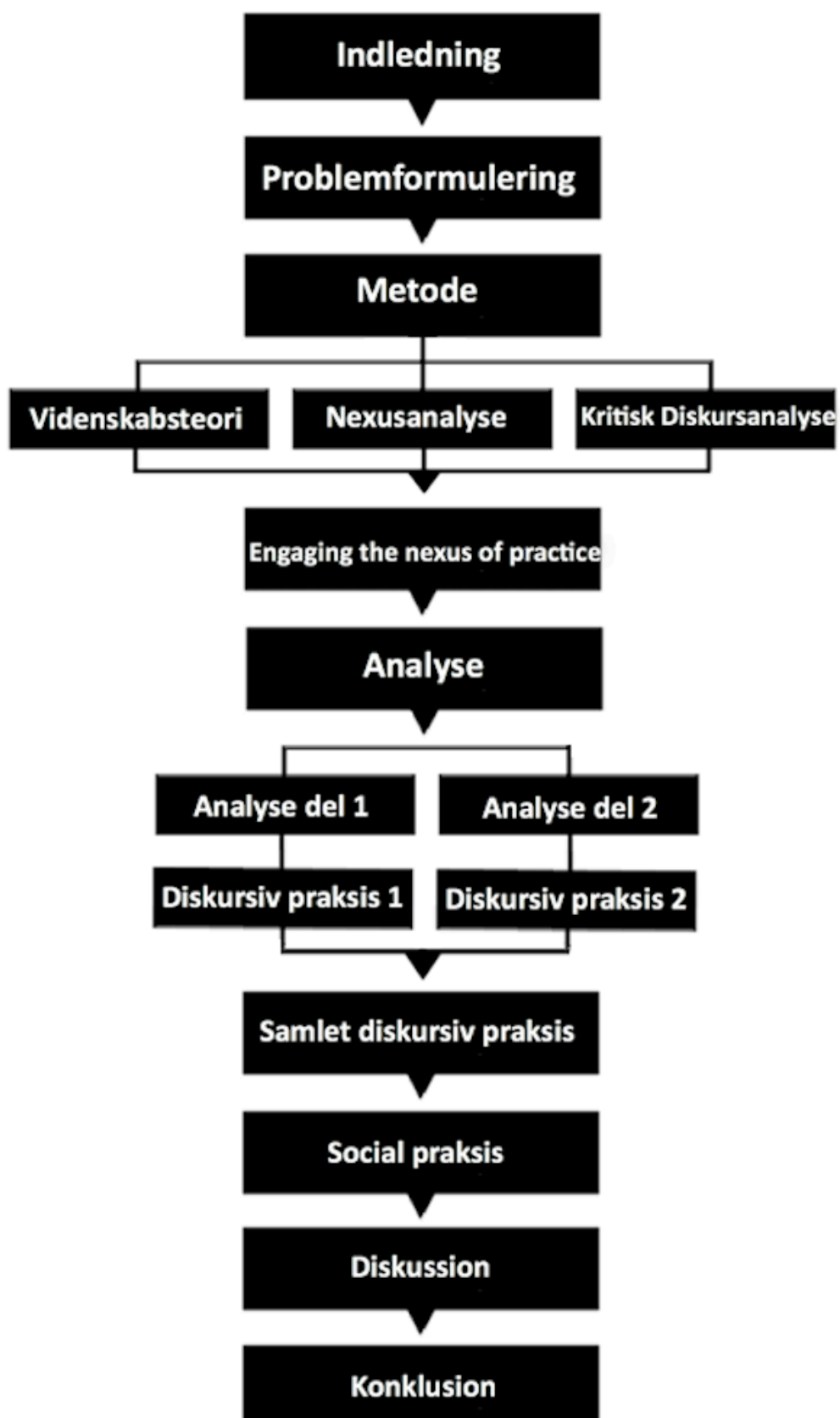
people suffering from stress and depression in Denmark. We believe that this thesis will provide a new level of consciousness, which will give Millennials the opportunity to become more aware of the structural power which affects them in their everyday lives and provide an opportunity to change their understanding and even their behavior.

Læsevejledning

Denne læsevejledning skal bidrage til at overskueliggøre specialet for læseren. Som det illustreres i nedenstående model, vil vi i specialet først præsentere indledningen. I indledningen vil vi præsentere de tanker og undringer, vi har gjort os i forbindelse med det indledende arbejde i specialet. Ligeledes vil vi indledningsvist præsentere et problemfelt, der munder ud i den overordnede problemformulering for specialet. Dernæst vil vi præsentere specialets metodiske afsæt. I denne forbindelse vil vi præsentere det videnskabsteoretiske udgangspunkt for specialet, herefter vil vi præsentere Nexusanalysen, som vil udgøre den metodiske rammesætning. Herunder vil vi i det metodiske afsæt præsentere det metodeteoretiske udgangspunkt for det analytiske arbejde i specialet. Dette vil vi tage afsæt i Normann Faircloughs Kritiske Diskursanalyse. Dernæst vil vi fremvise, hvorledes vi har udført vores Engaging the Nexus of Practice fase i specialet, herunder vil vi synliggøre specialets empiriske fundament. Det empiriske fundament leder os videre til det analytiske arbejde, der i indeværende speciale, vil blive inddelt i to særskilte analyser med to dertilhørende særskilte diskursive praksisser. De særskilte diskursive praksisser vil herefter blive samlet i én overordnet diskursiv praksis. Den samlede diskursive praksis danner endvidere fundamentet for, at vi herefter kan udføre den sociale praksis. Med afsæt i den sociale praksis vil vi således diskutere, de resultater vi er kommet frem til i indeværende speciale for afslutningsvis at præsentere en konklusion.

Vidensbanken

Vi har i specialet valgt at oprette en vidensbank, hvori vi har arkiveret dele af det arbejde vi har udført undervejs i specialet. Vi har valgt at arkivere det i vidensbanken, da det ikke var en nødvendighed at inddrage det fysisk i specialet men det har stadig bidraget til vores forståelser og vores arbejde. Der vil løbende i specialet blive nærmere redegjort, for de elementer vi har gemt i vidensbanken. Vidensbanken kan endvidere findes i bilagene.



Indholdsfortegnelse

Abstract	2
Læsevejledning	4
Kapitel 1	9
1. Indledning	8
1.1. Litteraturreview	9
1.2. Problemfelt	10
1.2.1. Hvad vil vi gerne vil med vores speciale?	13
1.3. Problemformulering	15
1.3.1. Argumentation mod kritik af problemformulering	15
Kapitel 2	18
2. Metodisk afsæt for specialet	17
2.1. Videnskabsteoretisk afsæt for specialet	17
2.1.1. Valg af metoder i specialet	21
2.1.2. Hermeneutikken, fænomenologien og strukturalismen	23
2.1.3. Strukturalismen	25
2.2. Praksisstudier	26
2.3. Nexusanalyse	28
2.3.1. Engaging the nexus of practice	30
2.3.2. Navigating the nexus of practice	33
2.4. Kritisk diskursanalyse (CDA)	34
2.4.1. Diskurs	35
2.4.2. Forholdet mellem teksten og praksis	36
2.4.3. Hvad er CDA	37
2.3.4. Changing the nexus of practice	42
Kapitel 3	45
3. Engaging the nexus of practice	44
3.1. Empirisk grundlag	45
3.1.1. Spørgeskema	45
3.1.2. Interview	52
3.1.3. Transskription	55
3.1.4. Jobannoncer	56
Kapitel 4	59

4. Analyse	58
4.1. Analyse del 1	59
4.1.1. Kontekst	59
4.1.2. Åbenhed	63
4.1.3. Afsender	71
4.1.4. Forståelse af arbejde	76
4.1.5. Generation	78
4.1.6. Fremtiden	83
4.2. Analyse del 2	89
4.2.1. Jobopslag nr. 1	90
4.2.2. Jobopslag nr. 2	104
4.3. Diskursiv praksis	112
4.3.1. Diskursiv praksis for analyse del 1	113
4.3.2. Kortlægning af diskursiv praksis	120
4.3.2.2. Millennials	123
4.3.3. Diskursiv praksis for analyse del 2	126
4.3.4. Samlet diskursiv praksis	132
4.4 Lille d til store D	135
4.5 Social praksis	138
Kapitel 5	143
5.1. Diskussion	142
5.1.1. Fund fra den kritiske analyse	143
5.1.2. Fund i forhold til problemformuleringen	144
5.2. Perspektiverende diskussion	145
5.2. Konklusionen	150
6. Bibliografi	153
7. Bilagsliste	157

Kapitel 1

1. Indledning

Nu står vi her, sammen med vores 50 medstuderende på kandidatuddannelsen i Kommunikation, og har afleveret vores speciale. Vi står på tærsklen til at springe ud i det, som andre kalder "det virkelige liv". Livet der venter os efter universitetet. Livet hvor vi skal ud og blive en del af den famøse arbejdsstyrke. Vi befinder os ikke længere indenfor universitetets trygge rammer. Vi skal nu og vise hvad vi kan og hvad vi har lært gennem alle de sidste fem år. Presset er stort for, at vi skal bevise over for os selv og samfundet, at vores lange ophold på skolebænken ikke har været forgæves. Vores mange år på universitetet passer nemlig ikke ind i den overordnede samfundsdiskurs om, at vi skal hurtigt ud på arbejdsmarkedet, skynde os at tjene de penge ind som samfundet har brugt på os. Det oplever vi, blandt andet, tydeligt ved det øgede fokus på SU-klippekortet og uddannelsesloftet. Vi oplever også et paradoks, når vi fra samfundet, politikernes, og mediernes side får at vide, at Danmark på sigt har brug for akademikere, da en af landets vigtigste eksportvare er vores viden og know-how, når vi samtidig oplever en direkte modstand og begrænsninger for, hvor meget tid vi må bruge på at opnå alt denne viden, som skulle være så eksistentiel for Danmark (Winther, 2011). Det er derfor under et stort pres fra både os selv, og samfundet, at vi i sommeren 2018, spændte træder ud som dimittender fra Aalborg Universitet

Lige så spændte vi er på denne overgang, lige så nervøse er vi også for, at skulle stå i denne nervepirrende og usikre position. Vi kender alle til, eller har hørt om, den frygtede jobsøgningsproces. Et jordisk limbo hvor vi ikke ved, om vi er købt eller solgt, og hele tiden søger at finde balancen mellem, at finde det job der passer til os, eller tilpasse sig til det rigtige job. Denne position er præget af stor usikkerhed og uafklarethed. Når vi taler med vores medstuderende, venner og bekendte, genlyder dette tema omkring usikkerhed og uafklarethed. Ofte ligger vi øre til ytringer som, *"jeg har sendt så mange ansøgninger, og hver gang får jeg afslag. Hvordan skiller jeg mig ud?"*, eller *"jeg synes aldrig, at der er nogen jobopslag, som passer specifikt til mig"*. Vi oplever ofte, at personer i vores omgangskreds beskriver en stor frustration og andre negative følelser, når de befinder sig i en jobsøgningsproces, især i forbindelse med at de læser et jobopslag.

På den ene side beskriver mange, at de fleste jobopslag er for differentierede og specifikke. Altså at jobopslagene beskriver netop én person, der skal opfylde mange kvalifikationer, som virksomhederne fremstiller jobopslaget. Disse kvalifikationer indeholder både ønsker til faglige kompetencer, foretrukne arbejdsstrukturer, samarbejdsformer, erfaring og personlighedstræk.

På den anden side, oplever mange at jobopslagene er for uddifferentierede og uspecifikke, og derfor fremsætter ønskede kvalifikationer, som en overvejende stor del af befolkningen kan tilskrive sig at besidde. Det er disse former for jobopslag, som ofte modtager over tusinde af ansøgninger. Disse jobopslag indeholder også ønsker til forskellige kvalifikationer, som den nye medarbejder gerne skal besidde. Dog er kvalifikationerne i denne type af jobopslag alt for uspecifikke, og beskriver ofte generelle træk både i henhold til faglighed og personlighed. Sidste gang vi selv stod i en lignende situation var tilbage på 9. semester, da vi skulle finde en praktikplads. Her opstod der mange lignende frustrationer, der skabte grundlag for yderligere undringer.

På den ene side oplevede vi, at de fleste jobopslag var standardiseret, således at det var samme format og samme sprogbrug, der gik igen og igen. Virksomhederne anvender ofte den samme "opskrift" for et jobopslag, de samme vendinger og buzz-ord. Det var medvirkende til at skabe nogle store frustrationer, netop fordi jobopslagene ikke var differentierede og derfor på samme tid passede på alle og ingen. Men hvorfor oplever vi disse frustrationer? Hvorfor oplever vi at de fleste i vores omgangskreds, inklusiv os selv, frygter denne jobsøgningsproces og oplever, at det at læse jobopslag fremkalder negative følelser som frustration, vrede, skuffelse, uafklarethed, forvirring mv.?

Skal svaret på disse spørgsmål, findes i selve jobsøgningsprocessen? Er det fordi, at der er nogle forhold der spiller ind, når vi læser et jobopslag, som fremkalder disse negative følelser? - Og hvad er det for nogle forhold?

Eller skal svaret for fremkaldelsen af disse følelser findes hos os, som læsere af jobopslaget? Er det os som målgruppe, vi kaldes Millennials, som selv er skyld i, at vi har disse negative følelser, når vi læser et jobopslag? Er der nogle specifikke faktorer, som er gældende for Millennials, der gør, at vi oplever disse negative følelser, når vi læser et jobopslag? Eller er det noget helt tredje, der er på spil i skabelsen af disse negative følelser, som vi oplever i mødet med jobopslag?

1.1. Litteraturreview

Til at undersøge ovenstående underinger, valgte vi at udarbejde et litteraturreview. Litteraturreviewet har til formål at dokumentere forståelser af forudgående forskning, de gængse teorier og metoder samt de primære kritikpunkter og svagheder inden for emnet (Hart, 1998, s. 1). Litteraturreviewet giver os muligheden for, at undersøge vores første undringer samt sætte disse i perspektiv til forskningsemner og de teorier og metoder, der anvendes heri. Vi tager derfor udgangspunkt i vores egne erfaringer og undringer, som vi har fundet i praksis, og søger at sætte disse i en mere akademisk og forskningsfunderet kontekst.

Vi udarbejder litteraturreviewet som en del af vores undersøgelsesfase, hvorfor det hjælper os til senere at udforme vores problemformulering. Vi anvender litteraturreviewet, som vores indledende undersøgelse, inden for de emner hvori vores underinger befinder sig. Vi tager udgangspunkt i emneord og underinger, der stammer fra vores egen praksis. Litteraturreviewet tager derfor både form af en udforskning af emnet og feltet, samt fungerer som en begrebsafklaring af vores udvalgte emneord, 'rekruttering' og 'Millennials'. En redegørelse for den fulde proces kan findes i første afsnit i bilag 1. Denne redegørelse indeholder indledningsvis en redegørelse for feltet litteraturreview samt vores udvalgte teoretiske tilgange. Efterfølgende findes vores refleksioner over anvendelse af vores litteraturreview. Herefter beskrives den fulde proces, hvor der afslutningsvis præsenteres de tematiske fortællinger om undersøgelsesprocessen

1.2. Problemfelt

Vores første afsnit i indledningen beskriver den undren, der opstod omkring hvorfor vi, og vores omgangskreds, oplever negative følelser, som vrede, usikkerhed og frustration når vi læser jobopslag. Vi undrer os over, om svaret på dette skal findes i selve rekrutteringsprocessen og om der er nogle processer på spil her, som kan være svaret på, at disse negative følelser opstår. Det kan også være, at det er os, der selv er skyld i, at vi får disse følelser? Altså om der gælder nogle specifikke forhold for os som gruppe, Millennials, som gør, at vi oplever vrede, frustration og usikkerhed, når vi læser jobopslag i forbindelse med en rekrutteringsproces. Vi er også åbne for, at det kan være et helt tredje aspekt, som er medvirkende til fremkaldelse af disse negative følelser.

For at få indblik i hvad denne rekrutteringspraksis består af og hvad andre har forsket i omkring dette emne, tager vores første tema i litteraturreviewet udgangspunkt i rekruttering her med særligt fokus på jobopslag. Fra den første artikel, som er en antologi skrevet af Anna B. Holm, bliver vi introduceret til e-rekruttering i et organisatorisk perspektiv. Vi lærer her, at digitaliseringen

af rekrutteringsprocessen er kommet for at blive, og dette er en måde, hvorpå virksomhederne kan spare penge og ressourcer på rekrutteringsprocessen. Yderligere fremkommer det, at traditionerne og normerne indenfor rekruttering forbliver de samme, dog at processerne som følge af den øgede digitalisering bliver optimeret og automatiseret, hvilket betyder, at virksomhederne kan bruge deres kræfter andetsteds, og at de her vil have mere fokus på tiltrækningsfasen, hvori jobopslag indgår.

I henhold til at få indsnævret vores interesse og viden til at være mere møntet på selve jobopslaget, da det var ud fra dette, at vi oplevede disse negative følelser, inddrager vi et danskspeciale fra RUC, hvor fokus er på, at undersøge sproget i jobopslag ud fra udviklingen i hvilke adjektiver og jobtitler, som optrådte i 2017, i forhold til 2007. Fokus for dette speciale er en undersøgelse af fire udvalgte adjektiver og fire jobtitler samt en undersøgelse af, hvad disse ord betyder (Akselsen, 2017) . Dette speciale præsenterer, at grunden til den sproglige udvikling i jobopslag enten kan findes i vores udviklingssamfund, hvor vi alle konstant stræber efter at finde noget, som gør os glade og hvor vi i stadigt stigende grad går op i vores personlige image. Derudover kan den sproglige udvikling i jobopslagene også ses i takt med at den nye arbejdsstyrke, Millennials, træder ind på arbejdsmarkedet.

Til at udforske, om der kunne være nogle specifikke forhold for Millennials som gør, at vi oplever disse negative følelser, når vi læser et jobopslag, tager vores andet tema for litteraturreviewet udgangspunkt i Millennials.

Flere af vores artikler i litteraturreviewet sætter fokus på at Millennials, både før og efter de kommer ud på arbejdsmarkedet, oplever en krise grundet et misforhold. Der fremgår flere bud på, hvad dette misforhold består i. Første artikel beskriver, hvordan dette misforhold er opstået grundet det stringente fokus på fremtidens arbejdsmarked, at der glemmes at tage forbehold for Millennials', den nye arbejdsstyrke, behov og tanker. I den anden artikel præsenteres det, i stedet, at misforholdet tager udgangspunkt, i at vi, Millennials, er opdraget til at tro at vi er specielle og kan få lige hvad vi vil have, fordi vi vil det. Artiklen beskriver, hvordan misforholdet opstår, når vi træder ud på arbejdsmarkedet og møder den sande realitet, om at man *ikke er særlig speciel*. Artiklen italesætter ordene forkælede, forvente, og utålmodige omkring Millennials som generation.

Dette syn på Millennials fremsættes igen i en artikel fra Nordjyske Stiftstidende, hvor det fremstilles, at Millennials ikke kender til krise og arbejdsløshed, samt at de er resultatet af en curlingkultur. Anne-Marie Dahl beskriver Millennials som værende individualister, der mener, at alt er muligt og tilladt for dem. Hun beskriver dog også, at Millennials har et stort potentiale og meget at byde på, og hun fremlægger, at det er virksomhedernes ansvar, at finde de rette måder at motivere arbejdsstyrken på. Denne holdning om at Millennials har et stort potentiale, deles af Thomas Hebsgaard i en artikel fra netavisen Zetland. Han fremlægger endda en kritik mod, at Millennials beskrives med negative egenskaber. Han fremsætter i stedet, at vi i højere grad er villige til at arbejde mere og hårdere for at nå vores ønskede mål end tidligere generationer.

Ud fra dette vurderer vi, at der hersker en stor forvirring omkring Millennials, og det er tydeligt ud fra de forskellige måder, som de omtales på ud fra de lokale og nationale medier i Danmark.

For at undersøge, hvorvidt denne forvirring omkring Millennials kun findes i de danske medier, udvidede vi vores søgning til at inddrage nogle internationale artikler og tekster. Her ser vi, hvordan de samme modstridende definitioner og identificering af Millennials, hersker. En video omhandlende netop dette emne, er blevet set og delt af over 50 millioner mennesker og fremsætter denne overbevisning om, at Millennials kan ses som værende forkælede og forvente. Der er dog flere, som kritiserer denne video, grundet sit manglende forskningsmæssige grundlag.

Ud fra både nationale og internationale artikler og tekster fremstår de fleste fremsættelser og definitioner som subjektive påstande uden akademisk eller forskningsmæssigt belæg. Vi vælger derfor at inddrage akademisk materiale, til at kunne vurdere hvordan dette emne er belyst indenfor forskningen.

Ud fra de akademiske tekster fremkommer det, at forskningen omkring Millennials er sparsommelig og modstridende. De artikler og tekster vi inddrager, fremsætter en *opfattet* forståelse af Millennials. Altså de fremlægger, hvordan Millennials forstås og opfattes af forskere, der kigger på generationen udefra. Samme tendens ser vi ud fra den forskning, der er omkring generationsteori. Her er det igen forskere, som søger at beskrive, hvordan en generation opfattes udefra og hvordan de fremstår for resten af samfundet. En anden artikel fremlægger, at hvis man virkelig skal kunne forstå Millennials, er man nødsaget til at inddrage alle de kulturelle og samfundsmæssige forhold, som Millennials møder og påvirkes af i deres livsverden.

Ud fra vores litteraturreview med temaet Millennials har vi fundet ud af, at flere Millennials oplever en krise, grundet et misforhold, der bygger på forvirring omkring forståelsen af, hvem de er som generation, og hvad deres behov er. Forskningen omkring dette emne er ikke blot sparsom men også modstridende. Dog kan vi identificere et fælles træk i forskningen omkring Millennials og om generationsteori generelt. Vi vurderer, at den forskning vi har fundet frem til, er taget ud fra en sådan vinkel, at alt forskningen omhandler beskrivelser og forståelse af Millennials som generation set udefra. Det fremstår, at forskningen søger at beskrive denne generation ud fra, hvordan samfundet ser dem. Vi stiller os kritiske overfor dette aspekt, da vi anskuer det problematisk, at der ikke er søgt at beskrive Millennials indefra, altså sætte sig ind i deres livsverden og søge at forstå, hvordan de tidligere nævnte samfundsmæssige og kulturelle forhold spiller ind i Millennials' forståelse af verden og det samfund, de er en del af. Vi ser et problem i, at man søger at forstå og beskrive en gruppe, uden at sætte sig i deres sted. Dette resulterer dermed i, som vi så i de lokale og nationale artikler fra Danmark omkring Millennials, en række subjektive påstande uden bærende belæg.

1.2.1. Hvad vil vi gerne vil med vores speciale?

Med dette speciale vil vi undersøge, hvorfor vi oplever disse negative følelser, når vi læser et jobopslag. Ud fra vores litteraturreview identificerer vi et hul i forskningen, da der er forsket i de enkelte ords betydning i jobopslagene, men ikke i en overordnet forståelse af det at læse et jobopslag. Ergo har vi ikke indsigt i, hvordan den samlede forståelse af et jobopslag påvirker sin modtager.

Ud fra litteraturreviewet omkring Millennials fandt vi igen mangler i forskningen. Vi vurderer at, at den forskning som er lavet omkring Millennials, alle søger at beskrive generationen set udefra, altså hvordan generationen Millennials fremstilles overfor resten af samfundet. Vi mener, for rigtigt at kunne forstå og beskrive en gruppe mennesker, må man søge at sætte sig ind i deres forståelse af verden, da dette skaber belæg og grundlag for forståelse af deres adfærd.

Vi vil kombinere disse mangler i forskningen med de undringer, som vi fremsatte i første del af indledningen. Vi ønsker derfor, at undersøge hvordan den samlede forståelse af et jobopslag

påvirker Millennials og at denne undersøgelse skal tage udgangspunkt i Millennials egne italesættelser af deres forståelser.

Da vi, som forfattere, er en del af generationen, Millennials, kan vi med fordel anvende os selv som fortolkere i specialet. Vi tror på, at denne undersøgelsesmetode vil give gennemsigtighed i de specifikke forståelser af de samfundsprocesser, som vi omgiver os med og som vi er en del af, samt hvordan disse bringes i spil og danner ramme for vores forståelse, når vi læser et jobopslag. Vi ønsker hermed, at sætte fokus på, hvad der sker når Millennials læser et jobopslag, for at belyse hvilken forståelse vi har af de mange faktorer, som påvirker os og er med til at forme, hvordan vi skaber forståelse og mening ud fra et jobopslag som en samlet enhed.

Ud fra vores litteraturreview identificerede vi også, at selvom der sker en udvikling indenfor digitalisering af rekruttering bibeholdes de gamle traditioner og normer i rekrutteringsprocessen. Vi stiller os kritiske overfor, om denne fastholdelse af traditioner og normer indenfor rekruttering, kan anskues som værende problematisk. Ved at fastholde traditioner og normer indenfor en proces betyder det, at den ikke udvikler sig naturligt i takt med udviklingen omkring dem og den udvikling, som den processen indebærer oplever. Det vil derfor sige, at rekrutteringsprocessen ikke er blevet tilpasset løbende efter de forhold som processen omfatter. Vi vurderer, at dette kan være med til at gøre rekruttering til en *common sense* proces. En *common sense* proces er en proces, som fastholdes så længe, så den fremstilles, som værende statisk og noget som ikke kan ændres. Vi vurderer, at dette kan medvirke til, at man ikke stiller sig kritisk overfor denne form for processer.

En af disse statiske processer som vi oplever, når vi læser et jobopslag, er i formuleringen af de krav eller ønsker, som virksomheden opstiller til nye medarbejdere. Som vi skriver i vores første indledende tanker, skabes der især frustration omkring dette, idet vi, og vores omgangskreds, føler, at vi enten ikke kan leve op til alle disse krav, eller at kravene er for uspecifikke, sådan at de fremstår som mere generelle og dermed, som nogle alle kan leve op til. Vi overvejer, om dette forhold kan spille en rolle, når man først har fået arbejdet. Det kan overvejes om, at hvis man ansættes ud fra en følelse af, at man ikke kan leve op til de fremsatte krav i jobopslaget, hvilket giver en følelse af usikkerhed, kan dette påvirke, hvordan man forstår sig selv, når man så endelig har fået jobbet. Vi mener, at dette kan være med til, at give en følelse af utilstrækkelighed, eller at skulle arbejde ekstra hårdt for at bevise, at man alligevel er den rette til jobbet. Det kan altså siges,

at hvis man ansættes med en følelse af, at man skal vise sit værd, fordi man føler, at man ikke kan leve op til de krav, som man ansættes ud fra, kæmper man fra starten af sin ansættelse for at opnå en anerkendelse både fra sig selv, men også overfor virksomheden, som har ansat en. Vi stiller os kritiske overfor denne proces, idet vi vurderer, at disse fremsatte krav eller ønsker, netop bare er dette, altså *ønsker*. Vi er kritiske overfor denne fremstilling af en menneskelig "ønskeliste", hvori virksomheder fremsætter en masse krav, som det nødvendigvis ikke er menneskeligt muligt at leve op til. Vi er bekymrede for, hvad dette menneskesyn har af påvirkning på vores forståelse af os selv, både inden og efter, at vi har fået et arbejde. Vi er også bekymrede for, hvilken påvirkning dette kan have på både virksomhederne, arbejdsmarkedet og samfundet i sidste ende.

Alle disse ovenstående undringer og bekymringer munder ud i vores problemformulering, som lyder:

1.3. Problemformulering

Hvilke diskurser produceres og reproduceres om den praksis, hvori Millennials læser et jobopslag og hvordan kan dette ses i relation til deres kamp for anerkendelse, når de først træder ud på arbejdsmarkedet?

Vi tror på, at undersøgelse af dette emne vil give os muligheden for at forstå, hvordan vi, Millennials, skaber forståelse og mening ud fra et jobopslag som en samlet helhed. Vi mener, at ved at undersøge dette udsnit af rekrutteringsprocessen og forståelsen af de erkendelsesprocesser, som er medvirkende til skabelse af forståelse af jobopslaget kan vi få indblik i, hvorfor vi får disse negative følelser, som vi gør, når vi læser et jobopslag. Vi tror på, at bevidstliggørelse omkring disse underliggende processer kan være med til at bringe nogle skjulte problematikker og konflikter til overfladen som vi tror på længere sigt, kan være skadelige for os, Millennials, for virksomhederne og muligvis også for samfundet. Vi tror på at vores undersøgelse i sidste ende, vil bidrage til mere frigørelse for individet, mere lighed og demokrati i samfundet, da vi giver Millennials muligheden for at blive hørt og forstået, hvilket vi tror på, vil hjælpe når de skal ud og være den bærende del af arbejdsstyrken for samfundet.

1.3.1. Argumentation mod kritik af problemformulering

For at imødekomme en mulig kritik, som lyder på at der opleves en udvikling i jobopslag ved brug af digitale medier og sproglige udfoldelser, vil vi nu fremsætte en argumentation for relevansen af problemformuleringen. Vi vil her argumentere for, at til trods for at virksomhederne inddrager en masse "lir", som skal få deres jobopslag til at skille sig ud fra mængden, fordi de ønsker at fange ansøgers interesse, er det stadig de samme normer og traditioner, der går igen i udarbejdelsen af jobopslaget. Anna B. Holm skriver netop i sin artikel omkring e-rekruttering, udviklingen blot en optimering og modernisering af rekrutteringsprocessen, men den fastholder stadig de traditionelle processer og normer. Vi vil derfor argumentere for, at det stadig er den samme overordnede forståelse, som modtageren, her Millennials, får ud fra et jobopslag.

Kapitel 2

2. Metodisk afsæt for specialet

I dette kapitel vil vi redegøre og argumentere for vores metodiske valg gennem specialet. Indledningsvis redegøres for de videnskabsteoretiske afsæt, samt hvorledes disse kommer til udtryk i specialets udformning. Herefter præsenteres vores metodiske og teoretiske tilgang, herunder valg af metoder til strukturering af det overordnede speciale og det analytiske arbejde.

2.1. Videnskabsteoretisk afsæt for specialet

Dette afsnit vil belyse vores videnskabsteoretiske afsæt for specialet. Her redegøres for hvorfor vi har valgt disse, samt hvor og hvordan de kommer til udtryk i specialet.

Som kommunikationsstuderende befinder vi os indenfor det humanvidenskabelige felt. Det betyder, at vores fokus er på mennesker og hvordan disse begår sig i, og forstår verden omkring dem. Vi er interesserede i at få indblik i, hvordan mennesker skaber mening i verden, og hvordan denne meningserkendelse finder sted. Vi kan dermed konstatere, at vi befinder os indenfor et konstruktivistisk mindset. Derudover har vi også et overordnet epistemologisk udgangspunkt. Finn Collin definerer epistemologien som: *“(...) at videnskabelige teories indhold alene eller hovedsageligt er betinget af de sociale faktorer der omgiver selve forskningsprocessen, snarere end af den virkelighed som er processens genstand”* (Collin, 2003, s. 23).

Han beskriver, at epistemologien går ud fra at vores viden, viden om virkeligheden, er socialt konstrueret. Epistemologien har altså fokus på erkendelse af viden omkring verden, og mener, at denne er socialt konstrueret.

Udover det epistemologiske afsæt findes også et ontologisk afsæt. Den ontologiske erkendelse har fokus på, hvordan selve verden eller virkeligheden skal erkendes, samt at det er selve virkeligheden, der er socialt konstrueret (Rasborg, 2013, s. 406). Da vores fokus er på, hvordan viden og erkendelse om virkeligheden opstår i bestemte praksisser mellem mennesker, er det en epistemologisk interesse vi har, og som danner afsæt for specialet. Collin beskriver yderligere, at man må skelne mellem forskellige områder af virkelighed: den fysiske verden eller den sociale verden. Disse to skel har Collin visualiseret i en model, som viser de fire idealtypiske

socialkonstruktivismen (Collin, 2003, s. 24). I forhold til denne model, befinder vores interessefelt for specialet sig indenfor feltet som hedder 1B. Det vil sige, at vi har et epistemologisk erkendelsesafsæt, samt at vores område af virkelighed omhandler den samfundsmæssige og menneskelige virkelighed. Vi er ikke interesseret i at vide, hvordan erkendelse skabes inden for en videnskabelig viden af den fysiske verden, men mere hvordan erkendelse skabes mellem mennesker omkring den samfundsmæssige og menneskelige virkelighed, altså hvordan vi skaber mening og erkendelse omkring det samfund, vi er en del af, samt de dagligdagspraksisser, som vi omgiver os med.

Fælles for både det ontologiske og epistemologiske afsæt er deres opgør med et realistisk erkendelsessyn, som hævder, at virkeligheden har en objektiv eksistens og derfor er uafhængig af vores viden og erkendelse af den. Dog er forskellen mellem de ovennævnte afsæt, at mens det epistemologiske hævder, at erkendelsen bestemmes af social kontekst, så mener det ontologiske afsæt, at det er selve virkeligheden, altså erkendelsens genstand, som er socialt bestemt (Collin, 2003, s. 23). Da det er selve skabelsen af erkendelse og viden, og ikke erkendelse af virkeligheden som er vores fokus, er vores afsæt epistemologisk i henhold til vores syn på verden og forståelse af objektivitet.

Ud fra vores humanistiske interessefelt og vores erkendelsesteoretiske afsæt, kan det fastlægges, at vi ønsker at undersøge, hvordan viden erkendes og skabes mellem mennesker, og hvordan de beskriver denne erkendelsesproces. Vi tror på, at erkendelsen er konstitueret af mennesker i praksis, og at det er mellem mennesker, at erkendelsen skabes. Vi tror på, at samfundet og erkendelsen af viden er foranderlig og dynamisk, og derfor hele tiden i bevægelse idet mennesker erkender den med nye perspektiver. Samme syn på erkendelse og konstituering af viden er gældende indenfor videnskabsteorien socialkonstruktivismen, som er vores videnskabsteoretiske afsæt for specialet. Vores videnskabsteoretiske afsæt fortæller, hvordan vi anskuer verden og dermed bidrager til, at danne grundlaget for udarbejdelsen af problemformuleringen og argumentation for valg af metoder og teorier.

Socialkonstruktivismen danner rammebegreb over stadigt flere varianter og grene af retninger inden for det videnskabelige afsæt, som tager udgangspunkt i den socialt konstruerede tankegang. Derfor er det misvisende at tale om socialkonstruktivismen som én veldefineret og

sammenhængende videnskabsteoretisk opfattelse (Rasborg, 2013, s. 404). Derfor er det afgørende at klargøre, hvilken retning inden for socialkonstruktivismen man arbejder ud fra, og hvordan denne har indflydelse på udformning af specialet.

Efter klargørelsen af vores epistemologiske afsæt og undersøgelsens genstandsfelt er det vigtigt for os at tage afsæt i en socialkonstruktivistisk tankegang.

Vi har valgt at tage udgangspunkt i videnssociologerne Peter L. Berger og Thomas Luckmann. De videreudvikler tankerne, fra deres forløbere, som Max Scheler, Karl Mannheim og Robert K. Merton, der omhandlede erkendelse inden for videnskabelig viden, har Berger og Luckmann udvidet det socialkonstruktivistiske perspektiv til at omfatte den almindelige hverdagsviden. Dette skal forstås således at alt det der i samfundet forstås som viden også kaldes "common sense" (Rasborg, 2013, s. 421). Derfor kan vi argumentere for, at genstandsfeltet hos Berger og Luckmann er det samme genstandsfelt, som vi arbejder med i vores speciale. Berger og Luckmann har fokus på den menneskelige og samfundsmæssige virkelighed, der optræder i den sociale konstruktion af hverdagslivet, i form af vaner, rutiner og institutioner. Vi mener, at interessefeltet for vores speciale, vores underinger og problemformulering, hører ind under netop dette genstandsfelt. Dette fordi vi søger at få indblik i erkendelsesprocessen og meningsdannelsen i den praksis, der opstår, når Millennials læser et jobopslag. Med dette speciale ønsker vi, at undersøge de common sense perspektiver, som er gældende for denne praksis, samt undersøge hvilken betydning de har for målgruppens forståelse af jobopslagene. Berger og Luckmann bekender sig i deres bog "*Den sociale konstruktion af virkeligheden - en videnssociologisk afhandling*" til videnssociologien og socialkonstruktivismen. De skriver således:

"For så vidt al menneskelig >>viden<< udvikles, overføres og opretholdes må videnssociologien endvidere søge at forstå de processer, hvorigennem den >>virkelighed<<, der tages for givet, også tager fast form for manden på gaden. Vi påstår med andre ord, at videnssociologi beskæftiger sig med analysen af den sociale konstruktion af virkeligheden (Berger & Luckmann, 2014, s. 41).

Citat viser deres fokus på, at forstå de processer mellem mennesker, hvorigennem viden forankres og derved den sociale konstruktion af viden. Deres italesættelse af "fast form for manden på gaden" skal forstås, som den common sense proces almindelige mennesker er underlagt, altså at det er de processer og strukturer som virker som "noget der er samfundsskabt", eller "objektivt skabt", men som i virkeligheden er social konstitueret. I denne sammenhæng anvender Berger og Luckmann begrebet *refikation*, hvilket dækker over den tendens, som mennesker har til at glemme, det de selv har forfattet, og i stedet tildeler fænomener en ontologisk og ikke-menneskelig oprindelse (Rasborg, 2013, s. 422-423).

Som nævnt ovenfor, arbejder Berger og Luckmann med den menneskelige og samfundsmæssige virkelighedserkendelse, hvorigennem vores almindelige common sense skabes og reproduceres (Rasborg, 2013, s. 421). I undersøgelsen af disse processer af meningsskabelse er grundsynspunktet at samfundet og dets institutioner er et produkt af tilbagevendende handlingsmønstre, og af de betydninger vi tillægger disse. Det vil sige, at disse processer skal ses som i evig forandring og i et dialektisk perspektiv. De beskæftiger sig med andre ord med de måder, hvorpå mennesker sammen deltager i verden og skaber det sociale fællesskab og den sociale realitet, som efterhånden bliver til institutioner og traditioner, og som omvendt er med til at skabe mennesket - det er en konstant værende proces (Berger & Luckmann, 2009, s. 78).

Et essentielt punkt i socialkonstruktivismen, hos blandt andet Berger og Luckmann, men også mere generelt for socialkonstruktivismen, er synet på sproget, som en social handling. Vivien Burr, som er inspireret af Berger og Luckmann, skriver om sprogets betydning i hendes bog "*An introduction to social constructionism*". Hun skriver, at sproget spiller en primær rolle i forhold til tænkning, det vil sige, den forståelse at sproget ikke blot er et simpelt redskab for tænkning, men derimod er en forudsætning for dette, da sproget er bestemmende for, hvad vi er i stand til at tænke (Burr, 1995, s. 6). Derudover definerer hun også sproget som en social handling. Hun ser sprogbrug som en handling på lige fod med fysiske handlinger, såsom at gå eller række ud efter noget (Burr, 1995, s. 7). Det vil sige, at det er sproget som social handling, der muliggør, at mennesker kan indgå i den dialektiske proces, hvor de ved brug af sproget er med til at forme deres virkelighed, samt at deres sprogbrug allerede er formet af den virkelighed og kontekst som de indgår i.

Vi vil belyse, hvor vores videnskabsteoretiske afsæt kan ses i vores specialet, samt hvordan dette afsæt har dannet grundlag for vores udvalg af metoder og teorier. Vores videnskabsteoretiske afsæt ses tydeligt i vores undringer og problemformulering. Vi har fokus på, hvordan en bestemt målgruppe, her Millennials, skaber mening og forståelse i en lokal praksis, i denne forbindelse når de læser et jobopslag. Vi erkender dermed, allerede fra start, at den viden og erkendelse, der skabes i denne praksis, er socialt konstitueret. Denne viden er socialt konstitueret både ud fra afsender, som er et andet menneske, ud fra formen som er et menneskeskabt medie, og sproget, som ses som en social handling. Det er først når et menneske læser et jobopslag, at der skabes viden, og den viden er med til at forme konteksten for praksis. Det er menneskets forståelse af kontekst, sprog, og deres historical body, som påvirker, hvordan netop dette individ skaber mening og betydning i denne udvalgte praksis. Dette leder tilbage til vores epistemologiske udgangspunkt, da vi ikke tror på, at der er nogen objektiv eller naturlig betydning, som automatisk følger med et jobopslag men først når den interagerer med et subjekt, at der skabes erkendelse og betydning.

2.1.1. Valg af metoder i specialet

Vores socialkonstruktivistiske og epistemologiske afsæt for specialet har betydning for vores valg af metoder og teorier. Vi vil anvender metoder og teorier, som arbejder ud fra samme epistemologiske interesse, genstandsfelt og syn på sprog, som vi har som udgangspunkt i vores speciale. Da vi har fokus på mennesker og deres skabelse af betydning og mening, er det vigtigt at vælge metoder og teorier, som har samme mål for øje. Vi har valgt, at anvende en diskursiv tilgang i vores speciale. Dette fandt vi naturligt, da den diskursive tilgang netop har fokus på at forstå og tydeliggøre de underliggende processer, der er gemt i meningsdannelsen, hvilket er det vores speciale omhandler. Derfor hører de diskursive tilgange også sammen med det fokus på magt, som vi også italesætter i vores undringer. Vi tror på, at der er konstituerede magtbalancer i praksis, der er skabt ud fra sociale handlinger over længere tid. Endvidere tror vi på at der i praksissen, omkring at læse et jobopslag, er skabt en falsk naturliggørelse, refikation, det vil sige at mennesker har glemt, at de selv har været med til at skabe praksissen omkring jobsøgningsprocessen. Derfor forstår de ikke, at de gennem deres egne sociale handlinger kan være med til at påvirke og ændre processen. Vi ønsker, at forstå de socialt konstitueret magtbalancer, som findes diskursivt i den valgte praksis, og undersøge hvordan dette kommer til udtryk, samt hvilken påvirkning dette har for målgruppens

forståelse af anerkendelse, når først de er kommet i arbejde. Vi fandt også den diskursive tilgang naturlig, da der i vores videnskabsteoretiske tilgang allerede anvendes begreber, som er centrale for denne. Her kan nævnes den epistemologiske tilgang til erkendelse af viden, samt genstandsfeltet som er den samfundsmæssige og menneskeskabte virkelighed. Fairclough anvender også begreberne dialektisk forhold i henhold til den meningsdannelsesproces, som er central både for socialkonstruktivismen og den diskursive tilgang, hvori begrebet reproducere optræder, hvilket betegner hvad der sker i den dialektiske proces, netop at mening skabes og fastholdes gennem menneskers sociale handlinger.

Vi har valgt at anvende Scollon & Scollons (S. & S.), (2004) Nexusanalyse (NA), da den skaber en rammesætning for, hvordan denne analyse af de meningstolkende processer skal struktureres. Yderligere har vi valgt den Kritiske Diskursanalyse (CDA) af Norman Fairclough, da han deler vores epistemologiske udgangspunkt for erkendelse. Til trods for at Fairclough anvender lingvistikken som redskab til fremsættelse af diskurser, som er inspireret af Ferdinand de Saussure, tror han på, modsat Saussure, at ord ikke har en iboende egenskab, men i stedet tildeles en betydning i anvendelse og deling mellem mennesker (Fairclough, 1995, s. 16). Han deler dermed det epistemologiske afsæt, som vi også har i specialet, nemlig at der ikke findes en uafhængig naturlig virkelighed, men at virkeligheden kun skabes, idet vi erkender den og taler om den. Vi mener også, at Faircloughs kritiske syn på magtbegrebet, som han anvender i sin teori, passer til den kritiske holdning til magt, som vi italesætter i specialets indledende afsnit.

Anvendelsen af kvalitativt spørgeskema og interview passer ligeledes til vores videnskabsteoretiske afsæt for specialet. Det kvalitative interview anvender et fænomenologisk og hermeneutisk udgangspunkt til at få indblik i de processer, som ligger til grundlag for meningsdannelse. Formålet med de kvalitative interview er, at få indblik i subjekternes livsverden og hvordan deres oplevelser, følelser, holdninger danner baggrund for forståelse af den verden, som de omgiver sig med (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 17). Kvalitative interviews og spørgeskemaer er derfor en metode til at kunne åbne op for og få indblik i de underliggende tanker og holdninger som danner grundlag for erkendelsesprocessen. Derfor kan der argumenteres for, at selvom kvalitative interviews anvender hermeneutisk og fænomenologisk afsæt og redskaber, er det overordnede formål i højere grad indenfor den socialkonstruktivistiske tankegang.

Ud fra ovenstående kan vi argumentere for, at vi arbejder induktivt i dette speciale, da det er med udgangspunkt i empirien vi søger at belyse problematikken i vores problemformulering. Ergo er vores empiri bidragende til at vise os vejen til besvarelse af problemformuleringen (Peirce, 1955, s. 151).

2.1.2. Hermeneutikken, fænomenologien og strukturalismen

Socialkonstruktivismen danner, som beskrevet, en videnskabsteoretisk ramme og vidensperspektiv for udgangspunktet for vores speciale, altså det perspektiv og den vinkel vi vælger at belyse vores undringer og problemformulering ud fra. Derudover vil vi yderligere inddrage andre videnskabsteoretiske afsæt med en mere praksisorienteret tilgang i specialet. Derfor kan det argumenteres for, at vi anvender metoder, som tager udgangspunkt i andre videnskabsteoretiske afsæt, men at vi bruger dem som redskaber til, at komme frem til og belyse den socialkonstruktivistiske vinkel som vi har i vores speciale.

Vores indledende del af specialet skal ses som en indsigt i de tanker og undringer, som har dannet grundlag for de problemstillinger og problematikker, der senere blev til vores problemformulering. Det er her, vi italesætter baggrunden for vores interesse og den idéproces, der har medført, at vi har fundet forskellige problematikker. Afsnittet fungerer også som en italesættelse af vores undringer og forståelser i mødet med praksis og de problematikker, som vi selv oplever heri. Afsnittet fungerer dermed som en eksplicitering af vores forforståelser og fordomme.

Dette kan ses i henhold til den filosofiske hermeneutik, hvor Hans-George Gadamer i sin bog *"Sandheden om metode"* fra 1960, anvender begreberne *forforståelse* og *fordomme*. Bogen skal ses som et filosofisk værk, der gør op med de traditionelle forståelser af hermeneutikken, og den trang som mennesker har til at lave metoder for at kunne forstå mennesket og dets kulturelle skaben (Kjørup, 2008, s. 75). Derfor kan det argumenteres for, at vi i det indledende afsnit ekspliciterer de forforståelser og fordomme vi har som forskere, og hvordan disse kommer i spil samt er med til at skabe grundlaget for vores problemformulering for specialet.

Den filosofiske hermeneutik vil også komme til udtryk andre steder i specialet. Da vi anvender os selv som fortolkere i analysen, vil vores forforståelser og fordomme derfor være med til at påvirke vores tolkninger, og dermed de resultater vi kommer frem til. Vi vil dog argumentere

for, at da vi selv indgår i den målgruppe, som vi har udvalgt, vil vores tolkninger blot føje til vores indsigt i videnserkendelsen for målgruppen. En forudsætning for tolkning er, at man ikke ønsker at finde frem til den skjulte betydning i teksten, men i stedet finde den sandhed som er udtrykt i teksten (Kjørup, 2008, s. 66). Vi bruger hermed vores egne forforståelser og fordomme til at tilføje til den sandhed, som målgruppen Millennials forstår når de læser jobopslag.

Vores måde at forstå fortolkning på kan også ses i relation til et begreb indenfor den filosofiske hermeneutik, den *hermeneutiske cirkel*. Baseret på tanker fra Gadamer og Boehm, defineres den hermeneutiske cirkel som:

“Del og helhed ikke blot står overfor hinanden som gensidige betingelser og forudsætninger, men at de også til sammen udgør en (hvad vi ville kalde organisk) helhed, hvor ikke blot alle enkelthederne er indeholdt i helheden, men hvor også helheden er indeholdt i hver enkelthed” (Kjørup, 2008, s. 68).

Dermed anvender vi dette “del til helheds”-perspektiv i forhold til vores fortolkning. Vi bruger vores forforståelser som grundlag for fortolkning, og dermed tilføjer vi ny viden og forståelse til en ny helhed, som igen tilføjes ny viden. Dermed bevæger vores tolkningsproces sig hele tiden i et cirkelmønster. Derfor ønsker vi, at se de dele som helheden er gjort af, for også at se den helhed som delene skaber.

Fænomenologien og hermeneutikken bliver begge brugt som udgangspunkt for det kvalitative forskningsinterview, der danner grundlaget for vores empiri i specialet.

Fænomenologien og hermeneutikken arbejder sammen i det kvalitative forskningsinterview, da det giver os mulighed for indblik i subjekternes livsverden. Den fænomenologiske del af det kvalitative interview handler om at forstå verden ud fra subjektets egne perspektiver. Dette manifesteret ved brug af åbne spørgsmål, der ikke styrer eller påvirker subjektets svar (Kjørup, 2008, s. 47). Dette er fundamentet i det kvalitative forskningsinterview. Dog vil vi argumentere for, at disse subjekters forståelse af verden, altid vil være en fortolket virkelighed. Deres fordomme og forforståelser vil være med til at påvirke, hvordan de vælger at italesætte denne verden. Hermeneutikken følger derfor automatisk med fænomenologien, da man aktivt beder subjektet om, at beskriver deres livsverden ud fra deres egne ord og forståelse. Yderligere ser vi et

socialkonstruktivistisk formål med det kvalitative forskningsinterview, idet Kvale og Brinkmann selv italesætter:

“vi opfatter endvidere interviewforskning som en social praksis, som en form for menneskeligt samspil situeret i historiske, kulturelle, og materielle kontekster (...)” og “I forskningsinterview taler vi med mennesker, fordi vi gerne vil vide, hvordan de beskriver deres oplevelser eller artikulerer deres grunde til at handle som de gør” (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 18-19).

De præsenterer her, at den sociale praksis spiller en konstituerende rolle i forhold til subjekternes skaben og forståelse af erkendelse om verden.

2.1.3. Strukturalismen

Strukturalismen kommer til udtryk i vores analyse på det tekstuelle niveau. Vi anvender her Søren Frimanns bog om Systemisk Funktionel Lingvistik (SFL), den er skrevet på baggrund af Michael Hallidays teorier om sprogteori. Den systemisk funktionelle teori, er en holistisk tilgang til sprog, der betragter sproget som en ressource (Frimann, 2004, s. 13). Den giver mulighed for at undersøge forholdet mellem kultur, kontekst og den konkrete udveksling af tekst mellem deltagere i praksis. Teorien skaber sammenhæng mellem brugen af sprog og omverdenen, mellem tekst og situation, og mellem tekst og kultur. Teorien giver derfor mulighed for at undersøge de underliggende processer, som er med til at danne udgangspunktet for den sproglige udformning, en proces som ellers er skjult. Vi vil argumentere for, at vi kan se et overordnet socialkonstruktivistisk formål med denne teori, da teorien giver mulighed for at undersøge de underliggende processer, der gemmer sig bag erkendelsesprocessen. Derudover erklærer Frimann også, at når kultur og kontekst er med til at påvirke sproget, ser vi sproget som socialt konstitueret, da det netop er erkendelsesskabte begreber som kultur og kontekst, der er med til at skabe sproget. Vi bruger dermed et strukturalistisk redskab til at åbne op for teksten og til at få indblik i de faktuelle erkendelsesprocesser, som ligger til grund for sproget skabelse.

2.2. Praksisstudier

Vi har i specialet valgt at inddrage de filosofiske tanker, der udspringer af praksisstudierne, hvorfor vi i dette afsnit vil præsentere, hvorledes vi vælger at anskue og anvende denne tilgang i specialet. Det er relevant at have for øje, at praksisstudierne ikke henviser til én bestemt teori, men snarere en bred samling af teoretiske tilgange, der er forbundet af historiske og begrebsmæssige overlapninger og ligheder (Nicolini, 2013, s. 1). Praksisstudierne gør op med den tidligere måde at anskue det menneskelige liv og hvordan mennesker socialiserer sig. Den tidligere måde at anskue dette på fordrede en dualistisk tænkemåde. Her var der på den ene side fokus på individets tanker og handlinger og på den anden side fokus på sociale strukturer, systemer og diskurser. Praksisstudierne gør således op med det dualistiske syn, ved at kombinere disse to ellers adskilte forhold (Ibid.). Praksisstudierne søger endvidere, at beskrive de centrale forhold for den verden som vi befinder os i:

“the appeal of what has been variably described as practice-idiom, practice standpoint, practicelence and a practice based approach lies in its capacity to describe important features of the world we inhabit as something that is routinely made and re-made in practice using tools, discourses and our bodies” (Nicolini, 2013, s. 2).

En af metoderne som Nicolini fordrer at anvende i henhold til at beskue den verden og det samfund vi befinder os i, er ved hjælp af ‘*zooming in*’ og ‘*zooming out*’- princippet (Nicolini, 2013, s. 230). Ved at anvende denne metode, bliver det således muligt for os at anskue “hvad vi ser på lige nu” og samtidig sætte dette i relation til “det større perspektiv” (Ibid.). Ydermere vil *zooming in/zooming out* principperne kunne overføres til inddragelsen af CDA og den tredimensionelle models dialektiske forhold. Vi søger i denne henseende at anskue vores lokale praksis, når Millennials læser et jobopslag, ud fra to perspektiver. Det første perspektiv knytter sig til den måde, hvorpå Millennials via sproglige processer italesætter og reflekterer over deres meningsdannelse og forståelse af praksis. Det andet perspektiv binder an til når vi selv, som aktører læser et jobopslag, og hvorledes vores fortolkningsprocesser spiller ind i denne henseende. Vi konstruerer dermed en “kunstig” praksis, som vi vil argumentere for fremstår retvisende, da vi som aktører, som beskrevet, selv indgår i målgruppen Millennials. Her anvender vi således *zooming in* princippet, hvorimod

zooming out princippet gør sig gældende, når vi efterfølgende søger at belyse vores lokale praksis ud fra et større samfundsmæssigt perspektiv.

Vi har valgt at placere afsnittet om praksisstudier for sig, da praksisstudier hverken optræder som et videnskabsteoretisk udgangspunkt for vores speciale, og heller ikke optræder som værende blot et analyseværktøj. I stedet infiltrerer praksisstudierne flere aspekter af vores speciale både med et filosofisk grundlag for, hvordan vi vælger at anskue verden, til en mere praktisk metodemæssig strukturering af specialet.

2.3. Nexusanalyse

I dette afsnit vil vi præsentere specialets overordnede teoretiske og metodiske rammeværk, der vil tage afsæt i Nexusanalyse (NA).

NA blev udviklet af Ron Scollon og Suzie Wong Scollon (S.& S.) som et metodisk og teoretisk rammeværk til udførelse af en diskursanalyse, hvori de anbefaler at anvende den medierede diskursanalyse (MDA). Scollon er ligeledes ophavsmanden bag (MDA). Den medierede diskursanalyse blev udviklet som et modsvar til den kritiske diskursanalyse. Scollons holdning til den kritiske diskursanalytiske tilgang er, at den er for tekst- og diskursorienteret og derfor ikke kan anvendes til at forklare forholdet mellem diskurser og handlinger. Scollon mener derfor ikke at den kritiske diskursanalyse, er repræsentativ for de verdener, kulturer og samfund der ligger til grund for undersøgelse (Scollon R. , 2001, s. 141).

Den medierede diskursanalyse og den kritiske diskursanalyse forekommer dog nært beslægtede på flere områder, hvorfor vi i dette speciale har valgt at anvende den kritiske diskursanalyse som den overordnede teoretiske tilgang. Dette fordi vi argumenterer for, at netop den kritiske diskursanalyses fokus på diskurser (tekst eller sprog) som konstituerende for verdener, kulturer og samfund kan, modsat Scollons forståelse, betegnes som værende repræsentative. Vi begrundet dette med at den kritiske diskursanalyses tredje trin, omhandlende den sociale praksis, netop fordrer, at forskeren anskuer diskurserne (sproget eller teksterne) ud fra et højere og verdens-, kulturelt-, og samfundsmæssigt perspektiv, dette vil yderligere blive uddybet i afsnittet omhandlende den kritiske diskursanalyse jf. s. 34.

NA præsenteres endvidere af S.& S. som en etnografisk metodisk tilgang, der i samspil med diskursanalyse, kan bidrage til at analysere på forholdet mellem diskurser og teknologier (Scollon & Scollon, 2004, s. 7). Det er endvidere centralt, at der med teknologier ikke henvises til teknologi i den tekniske forstand, med derimod til alt lige fra møbler til avancerede informationssystemer. Nogle af disse teknologier er mere indlejrede i vores daglige praksisser end andre. (Scollon & Scollon, 2004, s. 3). Et eksempel herpå er sproget som en teknologi, der forekommer meget neutral i vores daglige praksisser, hvorimod andre nyere teknologier, herunder digitale medier, stadig kan fremstå meget vanskelige for andre.

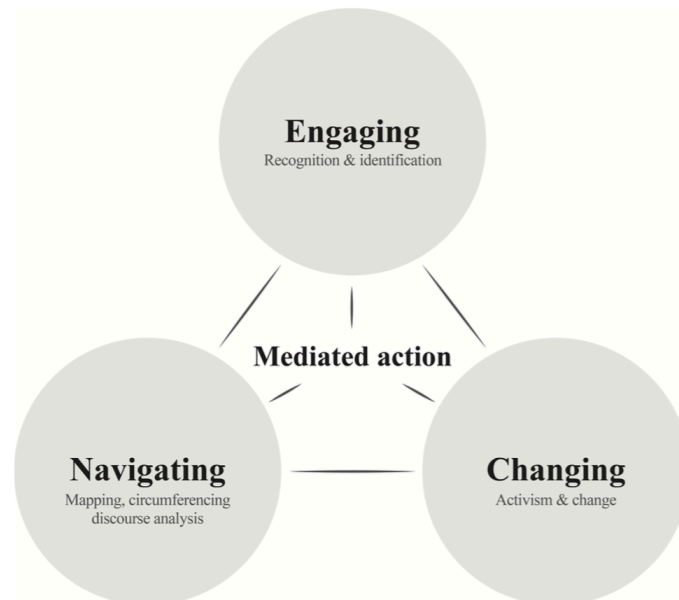
NA er dermed en etnografisk teori og metode til, at analysere på forholdet mellem diskurser og teknologier samt et redskab til at placere dette forhold i en bredere kontekst i forhold til sociale, kulturelle og politiske problemstillinger, der er dominerende for en given praksis:

"(...) a more general ethnographic theory and methodology which can be used to analyze the relationship between discourse and technology but also to place this analysis in the broader context of the social, political, and cultural issues of any particular time" (Scollon & Scollon, 2004, s. 7).

NA opererer endvidere ud fra diskursbegrebet. Diskursbegrebet som forskningsfelt beskæftiger sig enten med et mikro-analytisk perspektiv, som afdækker momenter af social interaktion, eller med et makro-analytisk perspektiv, som analyserer på de bredere social-politiske-kulturelle forhold blandt samfundets sociale grupperinger og magtstrukturerer. NA skal dermed nærmere forstås som en strategi til at forene disse to overordnede analytiske niveauer, end blot en egentlig analytisk tilgang (Scollon & Scollon, 2004, s. 8).

S.& S. opstiller i deres bog fra 2004 en fieldguide til, hvorledes en NA kan udføres i praksis. Fieldguiden skal dog ikke forstås som en egentlig opskrift til, hvordan man skal udføre en NA, men snarere som en række anbefalinger som dermed også giver rum til at være fleksibel i sin metodiske tilgang. Således anvender vi ikke nødvendigvis NA på nøjagtig samme måde, som S.& S. fordrer, men derimod som vi ser det passende i henhold til indeværende speciale.

Det strategiske arbejde med at forene de analytiske niveauer, tager i NA afsæt i tre overordnede aktivitetsfaser: **1) Engaging the nexus of practice**, som tager afsæt i etnografisk tilstedeværelse og dataindsamling, **2) Navigating the nexus of practice**, der rummer selve analysefasen og **3) Changing the nexus of practice**, der lægger op til at ændre på visse forhold på samfunds- eller verdensplan med udgangspunkt i ens forskning. I nedenstående figur ses i centrum, af de tre aktivitetsfaser, de medierede handlinger, som man er interesseret i at undersøge (Scollon & Scollon, 2004, s. 9). Nexus of practice er ifølge S.&S, betegnelsen for det felt, hvori sociale aktører, diskurser, steder og medierede midler krydser og munder ud i en social handling (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 97).



Figur 1 - Nexusanalysens tre faser

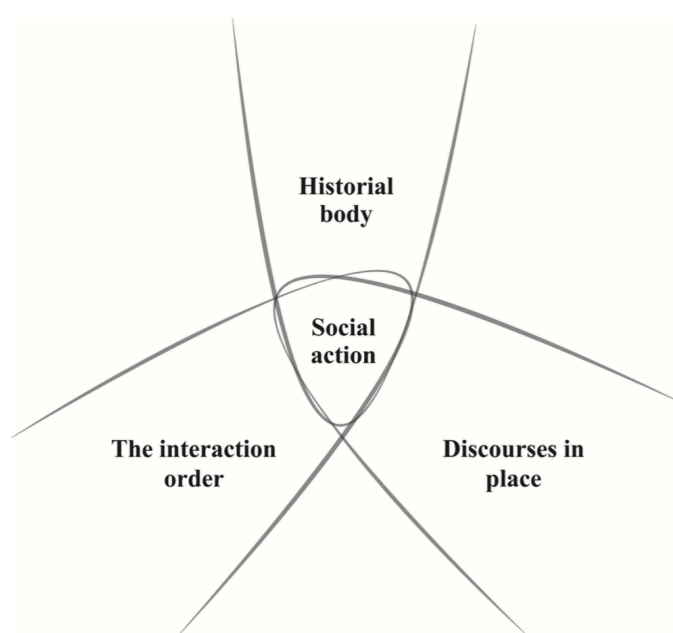
2.3.1. Engaging the nexus of practice

I den første og indledende fase i det strategiske arbejde med NA handler det for forskeren om, at forstå de praksisser som optræder. Derfor er det vigtigt at forskeren søger, at træde ind i den nexus of practice som ønskes undersøgt (Scollon & Scollon, 2004, s. 9). Ved at forskeren træder ind i den praksis, der er genstand for undersøgelsen, bliver det muligt for forskeren, at opnå en såkaldt *zone of identification* (Ibid.) Dermed kan forskningsaktiviteterne smelte sammen med forskerens deltageraktiviteter, hvilket bidrager til, at forskeren har mulighed for at konkretisere sit undersøgelses- og problemfelt, således de kun fokuserer på de mest signifikante sociale handlinger og sociale aktører (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 106). I arbejdet med at opnå zone of identification kan det være en fordel for forskeren, hvis man, allerede inden forskningsarbejdets påbegyndelse, er engageret i netop den nexus of practice som ønskes undersøgt. Dermed er det muligt hurtigere at opnå zone of identification (Scollon & Scollon, 2004, s. 11).

I henhold til at forskeren skal undersøge de mest signifikante sociale handlinger er det nødvendigt først at identificere, hvilke af de mange forskellige sociale handlinger vi udfører og oplever i vores daglige praksis, der kan antages som værende de mest signifikante. Til at identificere de mest signifikante sociale handlinger, for videre analyse, opererer S.&S . med *diskurscyklus*-begrebet, der dækker over, at social handling forekommer i et krydsfelt mellem:

"(...) the historical bodies of the participants in that action, the interaction order which they mutually produce among themselves, and the discourses in place which enable that action or are used by the participants as mediational means in their action" (Scollon & Scollon, 2004, s. 153).

Visuelt kan dette præsenteres således:



Figur 2 - Diskurscyklus

Diskurscyklus tager endvidere afsæt i en forståelse af, at man ikke kan analysere medierede handlinger isoleret set. I NA er det også nødvendigt at analysere sociale handlinger, som består af en række cirkulerende diskurser, discourses in place (her skal diskursbegrebet forstås i både den

smalle og i den brede forstand), et møde mellem sociale aktører og de sociale roller og forhold, som udspiller sig, the interaction order, samt den (livs)erfaring, som hver enkelt social aktør besidder, historical body (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 100). En beskrivelse af disse begreber, og hvorledes de vil blive overført til specialet, kan endvidere findes i vidensbanken jf. bilag 1 pt 2. Med diskurscyklus-begrebet lægger S.&S. op til, at specifikke sociale handlinger ikke kan analyseres isoleret, men skal analyseres mere generelt i forhold til det sociokulturelle nexus of practice, hvori de er forekommende (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 103).

Vi finder diskurscyklus-begrebet særdeles relevant som analytisk værktøj, da det kan bidrage til at skabe overblik over de centrale sociale handlinger. Ligeledes kan diskurscyklus-begrebet bistå os i at holde et stringent analytisk fokus.

Som tidligere beskrevet tager første aktivitetsfase, i NA, afsæt i, at forskeren skal engagere sig i det felt/den nexus of practice, der ønskes undersøgt. Forskeren skal i denne forbindelse ligeledes søge, at finde frem til de mest centrale sociale aktører samt identificere de centrale sociale handlinger de udfører. Til dette formål lægger S. & S. op til at forskeren anvender metodetriangulering (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 105). S.&S. foreskriver endvidere også, at i henhold til at forskeren kan engagere sig i en given praksis, er det nødvendigt at udføre fem hovedaktiviteter:

- Establish the social issue you will study.
- Find the crucial social actors.
- Observe the interaction order.
- Determine the most significant cycles of discourse.
- Establish your zone of identification.

(Scollon & Scollon, 2004, s. 154).

Vi anser endvidere disse aktiviteter som en forudsætning for, at vi kan gennemføre en undersøgelse af en given social praksis. Engaging the nexus of practice er endvidere den fase, vi befinder os i på nuværende tidspunkt. Vi har, gennem vores forudgående undringer og overvejelser, stedsfæstet den sociale praksis vi ønsker at undersøge, når Millennials læser et jobopslag. Hertil har vi ligeledes

fastslået vores sociale aktører, Millennials. Derudover har vi, via vores personlige generationsmæssige tilhørsforhold, gjort det muligt at etablere en zone of identification. Engaging fasen for indeværende speciale, vil endvidere blive præsenteret på side 44.

2.3.2. Navigating the nexus of practice

Anden fase i NA, navigating the nexus of practice, er centreret om det analytiske arbejde. I denne fase skal forskeren søge, at navigere i den sociale praksis, der danner grundlaget for undersøgelsen. Forskeren skal i denne fase dermed søge at organisere det indsamlede data fra engaging fasen. I denne fase vil forskeren typisk udvælge bestemte diskurscyklusser. Denne udvælgelse kan blandt andet ske med udgangspunkt i de centrale sociale aktører, handlinger eller diskurser (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 106). Det fortsatte analysearbejde vil tage udgangspunkt i en eller flere analytiske tilgange afhængigt af forskningsspørgsmålet (Ibid.).

S.&S. fordrer, at den analytiske tilgang til NA tager afsæt i MDA. Denne analytiske tilgang bærer dog visse lighedstegn med andre eksisterende diskursanalytiske tilgange. MDA minder, som tidligere beskrevet, om CDA, som den kendes fra blandt andet Norman Fairclough, blandt andet ved at MDA opererer med et dialektisk forhold mellem aktører og sprog, som det også er gældende for CDA (Scollon R. , 2001, s. 144). Scollon anerkender endvidere også at MDA er beslægtet med, og deler nogle af de mål der knytter sig til CDA: "*Mediated Discourse Analysis (MDA) shares the goals of CDA*" (Ibid.). Scollon erklærer sig ligeledes enig i flere af de punkter som Fairclough og Wodak (1997) definerer CDA ud fra:

1. *CDA addresses social problems.*
2. *Power relations are discursive.*
3. *Discourse constitutes society and culture.*
4. *Discourse does ideological work.*
5. *Discourse is historical.*
6. *The link between text and society is mediated.*
7. *Discourse analysis is interpretative and explanatory.*
8. *Discourse is a form a social action*

(Ibid.).

Det der adskiller de to diskursive tilgange vedrører blandt andet punkt nr. 3, (*discourse constitutes society and culture*). Scollon er her uenig med Fairclough og Wodak, idet han advokerer for at diskurser (tekst og sprog) blot er ét af flere midler, der tilsammen konstruerer vores samfund og kultur. Scollon pointerer ydermere, at andre samfunds og kulturelt konstruerende faktorer ligeledes kan tage form af materielle artefakter eller ikke-diskursive handlinger:

” MDA takes it that discourse is among the means by which society and culture are constituted. MDA also argues that society and culture are constituted in the material products of that society as well as in its non-discursive practices” (Scollon R. , 2001, s. 142).

I henhold til indeværende speciales fokus på diskurser, som værende det centrale element i henhold til de magtrelationer der optræder i jobopslag, jf. problemformulering, vil vi argumentere for at anvendelsen af CDA er den mest hensigtsmæssige. Ligeledes fandt vi det naturligt at anvende en analytisk tilgang der fokuserer på en belysning af det humanistiske aspekt i forskningsspørgsmålet. I denne forbindelse findes CDA af Norman Fairclough særdeles relevant, hvorfor nedenstående afsnit vil skitsere anvendelsen af Norman Faircloughs (1941-) kritiske diskursanalyse som analytisk ramme for nærværende speciale.

2.4. Kritisk diskursanalyse (CDA)

Norman Faircloughs CDA tilbyder et operationaliserbart rammeværktøj, der kan anvendes til “(...) *at problematisere og empirisk at undersøge relationerne mellem diskursiv praksis og sociale og kulturelle udviklinger i forskellige sociale sammenhænge*” (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 72). Vi ønsker i specialet, at undersøge den *common sense* som hersker omkring den praksis, der opstår når målgruppen, Millennials, læser et jobopslag. Vi ønsker her at undersøge og forstå, hvilke underliggende mønstre og strukturer, som er indlejret i denne praksis og som er med til, at påvirke den måde, hvorpå vi taler om og forstår denne praksis. Da vores fokus består af flere emner, der er i spil med og overlapper hinanden (sprog, kommunikation, medier, rekruttering, ledelse, Human Resources, identitet mv), finder vi det relevant at benytte Fairclough, da han ligeledes har et

tværfagligt fokus, idet han tager udgangspunkt i forbindelsen mellem vores forhold til hinanden, identitet, viden og common sense (Fairclough, 1995, s. 7).

2.4.1. Diskurs

Udgangspunktet for at anvende diskurs er, at der arbejdes ud fra tanken om, at sproget er struktureret i forskellige mønstre, som vores udsagn følger, når vi bevæger os i forskellige sociale domæner (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 9). Det betyder, at vi tilslutter os et dialektisk afsæt, hvor vi tror på, at sproget både er formet af de strukturer vi indgår i og at det ligeledes er med til at forme disse strukturer. Dermed er den sociale praksis, vi indgår i, med til at påvirke vores sprog. Derudover er sproget også med til at påvirke den sociale praksis. Ved at anvende en diskursanalyse bliver det muligt at undersøge denne dialektiske proces, samt undersøge hvilke strukturer og mønstre, som er underliggende og konstituerende for både sprog og praksis.

Vi har valgt at anvende diskursanalyse, da vi ser dette som en mulighed for at forbinde vores interesse, for sprog og kommunikation, med den praksis eller kontekst som er medkonstituerende. Vi ser diskursanalyse som en relevant metode til analyse af humanistiske emner, da diskursanalyse ikke kun fokuserer på sproget, men søger at sætte det i forhold til den praksis og kontekst, som det er en del af. Derudover kan diskursanalyse også være multimodal, da de fleste af metoderne inddrager andre faktorer, udover det sproglige, som er med til at konstruere det sociale domæne, hvori teksten indgår, såsom billeder, kropssprog, materielle objekter mv. (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 8). Grundet denne multimodalitet og inddragelse af praksis, mener vi at diskursanalyse, som analysemetode, kan bidrage til både at forstå de underliggende strukturer i det sociale domæne og undersøge, hvad hver enkelt struktur består af og hvordan dette spiller ind i betydningsdannelsen. Samtidig mener vi, at diskursanalyse kan hjælpe os til at se "det store hele", da den netop ikke ser teksten som et enkeltstående fænomen, men mere hvordan enkelte tekster og deres praksis er medskabende af vores forståelse af samfundet. Dette betyder også, at man ser på sproget, som en social handling og hvordan denne handling i spiller ind i en social, kulturel og kommunikativ kontekst (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 10).

Vi stiller, som beskrevet tidligere, spørgsmålstegn ved, hvordan kommunikationen i jobopslag fremsætter bestemte diskurser og, hvordan disse diskurser er med til at fastholde en bestemt *ideologi* eller magtbalance i denne praksis. Netop begreberne *Ideologi* og *hegemoni* fremstår i Faircloughs begrebsunivers, som to centrale begreber. Begreberne vil blive præsenteret i vidensbanken jf. bilag 1 pt. 3 og 4.

CDA er endvidere kritisk i den forstand, at den anser det som sit formål at afsløre den diskursive praksis' rolle i opretholdelsen af underliggende ideologiske tankegange og magtbalancer i praksis (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 75-76). Dermed mener Fairclough, at man ved brug af CDA bidrager til social forandring i form af bevidstliggørelse af magtforhold i praksis og samfundet, og i sidste ende fører dette til mere demokrati, lighed og frigørelse (Fairclough, 1995, s. 14).

2.4.2. Forholdet mellem teksten og praksis

En anden årsag til vores valg af CDA, for indeværende speciale, er, den position CDA har i forhold til spørgsmålet om, hvordan og hvor meget praksis og kontekst er inddraget. Da vi netop tilskriver os det dialektiske perspektiv i forhold til sprogets konstruktion, er det vigtigt for indeværende speciale, at vi vælger en metode som tillader, at vi inddrager både teksten, med dens lokale praksis, og søger at se hvordan denne, i samspil med den samfundsmæssige praksis, er med til at skabe betydning.

I bogen *Diskurs og praksis*, har Horsbøl og Raudaskoski udarbejdet et visuelt overblik over, hvorledes de forskellige diskursive tilgange er placeret i forhold til hinanden med henblik på henholdsvis genstandsfelt, datagrundlag, multimodalitet, analytisk detaljeringsgrad og interdisciplinaritet (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 16-19). Her præsenteres det, at CDA befinder sig i midten under både, genstandsfelt, datagrundlag, modalitet, og analytisk detaljeringsgrad. Som nævnt tidligere fremstår CDA, som en metode til at undersøge den lokale praksis for den specifikke tekst, gennem analytisk sproganalyse (også kaldet lille d) og samtidig formår at sætte denne i relation til en større og mere samfundsmæssige kontekst ved brug af den tredimensionelle model (også kaldet store D). Dette stemmer overens med vores dialektiske syn på konstruktionen af sprog, og derfor finder vi det relevant, idet vi ser dette dialektiske forhold. Det dialektiske forhold ser vi også, under CDAs placering, i forhold til datagrundlaget, modalitet og analytisk detaljeringsgrad. I graden af interdisciplinitet ligger CDA i den høje ende sammen med MDA og NA. Dette illustrerer, at

CDA i høj grad er tværfaglig, da den trækker på flere forskellige discipliner og fagligheder. Dette kommer til udtryk flere steder, både ved at man kan anvende forskellige former for tekster, og ved at analysen både trækker på en lingvistisk disciplin på det tekstuelle niveau i samspil med noget kulturelt, sociologisk og psykologisk på det sociale niveau. Dette viser tydeligt, at CDA forudsætter, at man anvender forskellige fag og discipliner og kunsten består her i at få dem til at "tale sammen" og dermed hjælpe til at give et mere overordnet indtryk af betydningsdannelsen.

2.4.3. Hvad er CDA

Overordnet set skal CDA forstås som en analytisk værktøjskasse til behandling af tekster. Det er et rammeværktøj, som indeholder både teori og en metode, som skal hjælpe med at åbne op for tekster med henblik på at undersøge og forstå deres mening. (Fairclough, 1995, s. 7).

Ved at anvende CDA får vi således en teoretisk rammesætning. For det første indeholder CDA filosofiske præmisser, både ontologiske og epistemologiske præmisser omhandlende anskuelse af sprogets rolle som konstituerende af praksis. Som nævnt ovenfor tilslutter vi os denne tankegang, da den stemmer overens med vores videnskabsteoretiske fundament for problemformuleringen.

CDA giver ligeledes en konkret metode til undersøgelse af empiri, i form af den tredimensionelle model, med opdelt trin og konkrete nøglebegreber at arbejde med (Fairclough, 1995, s. 29). Metoden gør at lingvistikken kan anvendes som redskab til at arbejde med emner indenfor samfundsforskning med fokus på social forandring (Fairclough, 1995, s. 15).

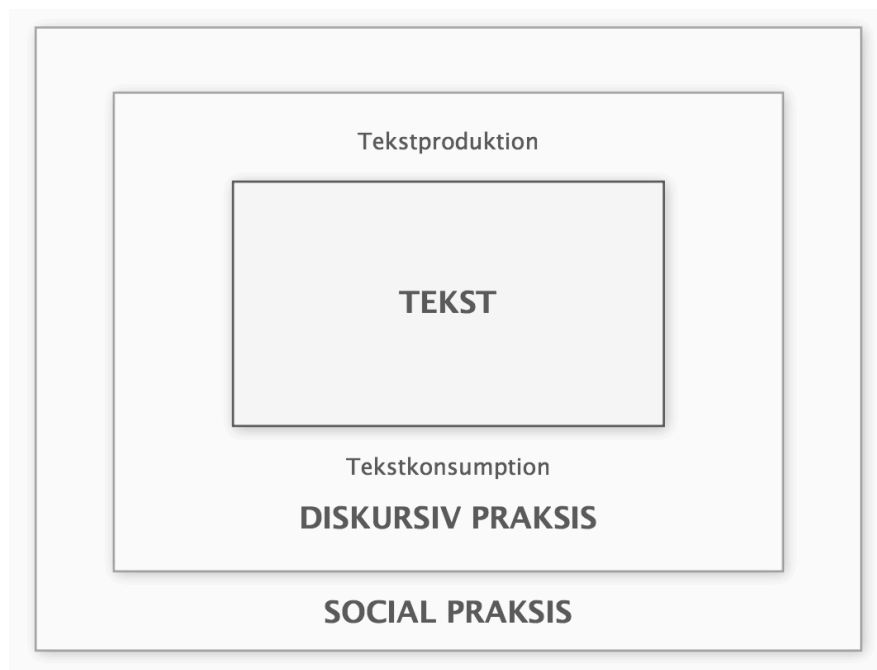
Metoden tager endvidere udgangspunkt i en lingvistisk tradition som bygger på tanker inspireret fra Ferdinand de Saussure. Dog skal det her påpeges at M.A.K Halliday, som Fairclough selv henviser til, ikke følger samme syn på sprog som Saussure. Halliday deler samme syn på sprog som Fairclough, nemlig det dialektiske syn, som anskuer sprog som et interpersonelt fænomen, altså på sprog som dialektisk – både konstrueret, men også konstruerende set i et samfundsperspektiv. Dette står i kontrast til Saussures anskuelse af sproget som en individuel aktivitet (Fairclough, 1995, s. 16).

2.4.3.1. Tredimensionel diskursmodel

Som metodisk rammeværk for det analytiske arbejde opstiller Fairclough en tredimensionel diskursmodel. Modellen opstiller handleredskaber til systematisk, at kunne identificere diskurser og derved sætte dem i forhold til den sociale virkelighed. Modellen indeholder tre dimensioner, som er forbundet i et dialektisk forhold, som er nødvendige i henhold til at udføre en diskursanalyse af en given kommunikativ begivenhed (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 80).

Den tredimensionelle model fordrer at undersøge: **1) tekstens egenskaber** (tekst), **2) produktions- og konsumptionsprocesser**, der er forbundet med teksten (diskursive praksis) og **3) den bredere sociale praksis**, hvori den kommunikative begivenhed indgår (Ibid.) I enhver tekst har de sociale praksisser, der omgiver den, udstukket rammerne for, hvad der kan stå, men samtidig former teksten selv de sociale praksisser, der omgiver den. Diskursive praksisser er den sprogbrug, der forbinder tekst og sociale praksisser. Opdelingen i tre dimensioner skal ses som en analytisk skelnen. Gennem de tre dimensioner udtrykkes en holistisk kommunikationsopfattelse, idet betydningen i en kommunikativ begivenhed ikke isoleret kan findes hverken i teksten selv, i forfatterens produktion, i modtagerens reception eller i de sociale praksisser, der omgiver teksten. Enhver betydningsdannelse er en proces, der finder sted i alle tre dimensioner, og en endelig undersøgelse bør af samme grund analyseres gennem alle dimensioner.

Faircloughs tredimensionelle diskursmodel kan visualiseres således:



Figur 3 - Tredimensionel model

2.4.3.2. Tekstuel dimension

Første dimension i den tredimensionelle model, den tekstuelle dimension, henter Fairclough direkte fra, den britiske lingvist og ophavsmanden til systemisk funktionel lingvistik (SFL), M.A.K. Hallidays tekstanalyse (Fairclough, 1995, s. 18). Fairclough opererer endvidere med et udvidet tekstbegreb, hvorfor den kritiske diskursanalyse ikke begrænser sig til skriftsprog, men inkluderer ligeledes eksempelvis transskriberet tale og visualiseret sprog (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 80)

Den tekstuelle dimension er tekstnær og koncentrerer sig derfor i særdeleshed om at analysere på de formelle teksttræk. Til dette formål har Fairclough endvidere fremsat syv overskrifter: *ordvalg/vokabular*, *grammatik*, *kohæsion*, *tekststruktur*, *udsagnskraft*, *tekstens kohærens* samt *tekstens struktur*. Dog pointerer Fairclough at de sidste tre knytter sig til den diskursive praksis (Fairclough, 1995, s. 31). I specialet vil vi i den tekstuelle dimension, lade os inspirere af Halliday. Vi tager i denne forbindelse udgangspunkt i Søren Frimanns udlægning og videreudvikling, som det kommer til udtryk i bogen: *"Kommunikation – Tekst i Kontekst"* (Frimann, 2004). Præsentationen af de udvalgte analytiske værktøjer fra SFL kan findes i vidensbanken jf. Bilag 1 pt. 5.

2.4.3.3. Diskursiv praksis

Den anden dimension i Faircloughs tredimensionelle model, omhandler den diskursive praksis. Analysen af den diskursive praksis indbefatter en undersøgelse af produktions- og konsumptions- og fortolkningsprocesser for den givne kommunikative begivenhed: *"Når man analyserer den diskursive praksis, er man interesseret i, hvordan teksten er produceret, og hvordan den konsumeres"* (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 93). Den diskursive praksis knytter sig således til måden, hvorpå afsenderen og modtageren af teksten trækker på, i forvejen, eksisterende diskurser (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 71). I den diskursive praksis fremstår analysen mere fortolkende end den sproglige analyse i den tekstuelle dimension. Dette i henhold til at vi i den diskursive praksis analyserer på tekstens *intertekstuelle* og *interdiskursive* træk.

Tekstens intertekstuelle træk knytter sig til de forskellige stadier en tekst gennemgår og, hvorledes den, implicit eller eksplicit, kan sættes i relation til tidligere tekster Fairclough definerer interdiskursivitet og intertekstualitet således:

"Manifest intertextuality is the case where specific other texts are overtly drawn upon within a text, whereas interdiscursivity is a matter of how a discourse type is constituted through a combination of elements of orders of discourse" (Fairclough, 1995, s. 117-118).

I henhold til distributionsprocessen af tekst omhandler intertekstualitet de relativt stabile netværk, som tekster bevæger sig i, og hvordan de påvirkes af de transformationer de gennemgår, som når en politisk tale eksempelvis transformeres til en nyhed (Fairclough, 1995, s. 43).

I henhold til konsumptions/fortolkningsprocessen omhandler intertekstualitet, hvorledes en tekst er knyttet til andre tidligere tekster samt, hvilke andre tekster fortolkeren 'har med' til fortolkningsprocessen (Ibid.). Hvor tekstens manifest intertekstualitet knytter sig til de tekster, der er heterogent konstrueret af andre tekster, knytter tekstens interdiskursive træk sig til tekster der er heterogent konstrueret ud fra: *" (...) elementer (typer af konventioner) i diskursordner"* (Fairclough, 1995, s. 44). Teksternes intertekstualitet og interdiskursive træk, vil endvidere bidrage til, at fastslå om de diskurser, som optræder i teksterne er konstrueret eller reproduceret.

Diskursordnen er ifølge Fairclough en form for system dog ikke i den strukturalistiske forstand. Dette i henhold til at kommunikative begivenheder både reproducerer diskursive ordner og samtidig kan ændre på dem via kreativt sprogbrug (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 83). Diskursordnen kan dermed siges at være summen af alle de genre og diskurser, der anvendes inden for et sociale domæne eller en social institution (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 80). Anvendelsen af genre og diskurser som en kommunikativ ressource er styret af diskursordnen, da diskursordnen netop udgør de ressourcer (genre og diskurser), der er til rådighed (Ibid.). Det er endvidere nødvendigt at kunne skelne mellem genre og diskurs inden for diskursordner. Diskurs knytter sig som beskrevet til en forestilling om, at sproget er struktureret i forskellige mønstre, hvilket vores udsagn og ageren følger inden for forskellige sociale domæner. Genre er derimod sprogbrug, der er forbundet med og konstituerer en del af en given social praksis, dette kan eksempelvis være en nyhedsgenre eller en reklamegenre (Ibid.).

Vi ønsker i specialet at identificere de diskurser, der er dominerende for den praksis, hvori Millennials læser et jobopslag, for derigennem at identificere en diskursorden. Vi er optaget af, hvorledes denne diskursorden kan reproducere, transformere eller bidrage til kampe i den diskursive- og sociale praksis.

2.4.3.4. Social praksis

Den tredje og sidste dimension i Faircloughs tredimensionelle model, tager afsæt i den sociale praksis. Den sociale praksis kan betragtes som værende den afgørende dimension for, at teksten og den sociale praksis kan forbindes, dette i henhold til at både produktionen af en tekst og konsumtionen/fortolkningen af en tekst foregår herigennem. I den sociale praksis handler det således om, at sætte analyserne, fra den tekstuelle dimension og den diskursive praksis, ind i et større situationelt, organisatorisk eller samfundsmæssigt perspektiv (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 72). Arbejdet med at placere den tredimensionelles to indledende dimensioner i forhold til den bredere sociale praksis de er en del af, tager afsæt i to aspekter. Første aspekt omhandler en afdækning af relationerne mellem den diskursive praksis og den diskursorden, den indgår i. Herunder hvad det er for et net af diskurser den diskursive praksis indgår i, samt hvorledes de er distribueret og reguleret. Det andet aspekt tager afsæt i et forsøg på at kortlægge de ikke-diskursive

eller delvist ikke-diskursive kulturelle og sociale strukturer, der er rammesættende for den diskursive praksis. Herunder eksempelvis hvilke institutionelle og økonomiske betingelser der findes for den givne diskursive praksis (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 98).

Med den sociale praksis bevæger vi os således fra den diskursive praksis, hvor tekst beskues som et semiotisk produkt og som en proces, til at beskue tekst som en social handling (Ibid.).

Den sociale praksis omfatter ligeledes materielle sociale strukturer, herunder politiske, ideologiske, kulturelle og økonomiske strukturer i samfundet. Den sociale praksis strækker sig dermed ud over diskursanalysen, da der i denne dimension eksempelvis kan inddrages sociologisk teori eller kulturteori.

2.3.4. Changing the nexus of practice

Den afsluttende fase i NA, changing the nexus of practice, tager afsæt i en analyse af de forandringer, ændringer eller påvirkninger, som det analytiske arbejde, der er udført gennem faserne i NA, har været eller kan være med til at forårsage inden for den givne praksis, der har ligget til grund for undersøgelsen (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 107). Til trods for at denne fase omhandlende forandringer er placeret som den sidste og afsluttende fase, anerkender S.&S. at der løbende i det analytiske arbejde vil forekomme visse forandringsprocesser.

” By your actions of analysis you are altering trajectories for yourself and for the others in the nexus of practice and that in itself is producing social change. What these changes are will always remain to be seen as the nexus of practice is transformed over the time of the nexus analysis” (Scollon & Scollon, 2004, s. 178).

Disse forandringsprocesser tager, som ovenstående citat påpeger, afsæt i forskerens analytiske arbejde. Arbejdet med at analysere et nexus of practice bidrager til, at der kan forekomme ændringer i den givne nexus of practice.

Derudover er det centralt at have for øje at forskeren ikke kan forudsige eller kontrollere, hvilke forandringsprocesser NA vil resultere i (Scollon & Scollon, 2004, s. 149). Vi vil

derfor argumentere for, at en direkte forandring ikke er et mål i sig selv i henhold til vores analytiske arbejde. Dog ønsker vi, at indeværende speciale skal bidrage til at give os en bedre forståelse af, hvorledes det diskursive magtforhold i et jobopslag kan påvirke den overordnede praksis i henhold til Millennials kamp for anerkendelse. Dette med henblik på at gøre os klogere på, hvordan vi fremadrettet skal forholde os til netop denne praksis.

I henhold til at ansøre en forandring, i forhold til den undersøgte praksis, ønsker vi at publicere vores resultater. Publiceringen vil tage form af et blogindlæg på Kommunikationsforum.dk (Kforum), og vil ikke fysisk indgå i specialet. Årsagen herfor er at vi har et behov for at distancere os fra specialet for derved at kunne samle og videreføre vores resultater og dertilhørende refleksioner. Ydermere har vi valgt Kforum, som publiceringskanal for vores resultater, da vi mener at dette vil være det rette forum i henhold til at starte en debat med et kommunikationsfagligt udgangspunkt. Vi ønsker at starte en debat da vi mener det vil være første skridt i forhold til at skabe opmærksomhed, hvilket forhåbentlig vil kunne lede til ændringer på samfundsplan. Kforum er et debat- og netværksforum for alle, der er interesserede i det kommunikative fagområde. Valget af netop Kforum er endvidere baseret på, at det overordnede mål for Kforum, er at oplyse om: *“nye tiltag, tendenser og trends inden for kommunikations- og medieverdenen og i samfundet generelt”* (Kforum, u.d.). Derudover anser vi Kforum som det naturlige valg, da hjemmesiden månedligt har over 100.000 besøgende (Kforum, u.d.).

Kapitel 3

3. Engaging the nexus of practice

Kapitel 3 har til formål at give læseren et overblik over vores arbejde med at træde ind i og engagere os i den praksis, vi ønsker at undersøge i indeværende speciale. I dette kapitel vil vi præsentere det empiriske grundlag for specialet, samt præcisere hvorledes vi har valgt at tilgå indsamlingen heraf.

Vi påbegyndte engaging fasen for indeværende speciale tilbage i 2017 da vi på 9. semester stod overfor, at skulle søge praktikpladser. Vi begyndte i denne sammenhæng at gøre os nogle undringer i henhold til hele processen. Det var ikke noget tilfælde, at vi begyndte at gøre os nogle undringer i netop denne sammenhæng fremfor i forbindelse med alle andre studie- og fritidsjobs, vi har søgt gennem tiden. Årsagen til at undringerne opstod i forbindelse med praktiksøgningen skyldes, at vi her blev særligt opmærksomme på jobopslagets fremstilling af en menneskelig "ønskeliste", idet vi i denne situation både skulle vurdere de fremsatte krav ud fra vores faglige kompetencer og personlige egenskaber. Det kan hermed påpeges at vores arbejde med engaging fasen har stået på i godt et år. De indledende undringer og refleksioner blev dog først til aktive handlinger, da vi påbegyndte vores specialesemester. Her valgte vi, at udføre et litteraturreview til, at undersøge og få indsigt i, hvorledes den praksis, hvori Millennials læser et jobopslag, fremstilles i de gængse medier og i akademisk sammenhæng.

Tidligt kunne vi afgøre, at vores speciale ville være centreret omkring Millennials, som udgør de centrale sociale aktører i indeværende speciale. Med Millennials som de centrale sociale aktører, kunne vi dermed hurtigt opnået en zone of identification, da vi som beskrevet selv tilhører denne generation. Vi kunne med afsæt i os selv og vores historical bodies udlede flere centrale faktorer for denne praksis.

Vores arbejde med engaging fasen ledte os automatisk til indsamlingen af det empiriske grundlag for indeværende speciale. Denne indsamling vil endvidere blive beskrevet i nedenstående afsnit, omhandlende specialets empiriske grundlag.

3.1. Empirisk grundlag

Følgende afsnit vil tage afsæt i indsamlingen af det empiriske grundlag for specialet. I afsnittet vil der blive redegjort for vores metoder, samt inddragelsen af vores refleksioner både før, under og efter indsamlingen, og refleksion i forhold til behandlingen af data.

Vi har, som S.&S. foreskriver, anvendt metodetriangulering, hvortil vi har indsamlet tre former for empiri: spørgeskemabesvarelser, kvalitative forskningsinterviews og jobopslag. Vi vil i indeværende speciale dog kun foretage analyser af de kvalitative forskningsinterviews og jobopslagene. Vi valgte ikke at inddrage spørgeskemabesvarelserne i det analytiske arbejde, da disse blot skulle bidrage til at give os en bedre indledende forståelse for praksis som en del af engaging the nexus of practice fase.

3.1.1. Spørgeskema

Som beskrevet valgte vi indledningsvist for engaging fasen at udarbejde et kvalitativt spørgeskema. I forbindelse med udarbejdelsen af spørgeskemaet tog vi udgangspunkt i de syv faser, som Kvale og Brinkmann fremsætter til udarbejdelse af et kvalitativt forskningsinterview (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 157).

Vi valgte at udarbejde spørgeskemaet for at undersøge og blive klogere på de forskellige elementer, som indgår i praksis når Millennials læser et jobopslag. Formålet var at udforske, hvordan andre fra målgruppen Millennials beskriver og fortolker de faktorer, som spiller ind i praksis. Spørgeskemaet optræder dermed som vores første møde med andre fra målgruppen. Udarbejdelsen af spørgeskemaet tjente dermed to formål. For det første havde det, som beskrevet, til formål, at udforske vores praksis som genstandsfelt, altså hvilke faktorer spiller ind når Millennials læser et jobopslag. Derudover havde det også til formål at undersøge og forstå deres forståelse og tolkning af de førnævnte faktorer. Disse to formål kan endvidere anskues i relation til metaforen, som Kvale og Brinkmann anvender i deres bog, "interview - Det kvalitative forskningsinterview som håndværk", omhandlende den epistemologiske forståelse af interviewerens som enten en '*minearbejder*' eller som en '*rejsende*' (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 77).

I Spørgeskemaet fungerer vi som minearbejderen, da vi ved brug af meget åbne spørgsmål søger at afdække den viden, som subjektet gemmer på, uden at blive besmittet af

ledende spørgsmål (Ibid.). Spørgsmålene har til formål, at indsamle viden til os omhandlende den måde hvorpå subjekterne gebærder sig på i den udvalgte praksis, også forstået som en "rapport" af de faktiske hændelser (Ibid.). Ligeledes fungerer vi også som rejsende. Dette i henhold til at nogle af spørgsmålene kan fremstå mere lukkende og nogle af dem, endda fremstår som uddybnings-spørgsmål, i det at vi anvender en mere dialektisk og konverserende interviewform. Det er her gennem konversationen og vores tolkning, at vi søger at få subjektet til, at dele deres forståelse af deres livsverden med os. Denne afdækning af deres værdier og skikke skal dermed bidrage til, at vi kan få et indblik i deres forståelse af praksis, som ofte tages for givet (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 78).

Tematiseringen i spørgeskemaet vedrører formuleringen af forskningsspørgsmålet og en teoretisk afklaring af det undersøgte tema (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 157). Dette er et vigtigt aspekt i planlægningen af en interviewundersøgelse, og vedrører henholdsvis interviewets *hvorfor*, *hvad* og *hvordan* (Ibid.).

For at finde frem til interviewets *hvorfor*, er det nødvendigt at identificere, hvad målet med interviewet er. Sagt på en anden måde, for at finde den rigtige vej, skal man først vide, hvor man skal hen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 158). Det er vigtigt, for at kunne træffe de rette beslutninger, at man på forhånd ved, hvad det er, man gerne vil have ud af interviewet.

Designet af spørgeskemaet vil derfor altid falde tilbage på spørgsmålet om formålet med undersøgelsen. Kvale og Brinkmann kalder dette for forskningsformål (Ibid.). Vores forskningsformål for vores spørgeskema tager udgangspunkt i vores problemformulering for hele specialet. I indeværende speciale er vi interesserede i at undersøge, hvilke diskurser der produceres og reproducere i jobopslag med Millennials som læsere. Derfor har vi derfor brug for, at vores undersøgelser skal give os mulighed for indblik i subjekternes livsverden, herunder den konkrete adfærd samt deres egen forståelse og tolkning af deres adfærd, som vi senere vil udlede diskurser af.

Næste skridt i udarbejdelsen af undersøgelsen er en afklaring af undersøgelsens *hvad*, altså en begrebslig og teoretisk forståelse af de fænomener, der skal undersøges, for at kunne komme frem til ny viden (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 159). Vi har i vores litteraturreview søgt at få indblik i det teoretiske felt, som vores speciale tager afsæt i. Her har vi undersøgt to hovedemner indenfor vores undringer bag problemformuleringen, rekruttering og Millennials. Dette er to buzzord, som går igen

i vores første praktiske undringer, og som danner grundlag for udarbejdelse og udformning af problemformuleringen. Rekruttering dækker over den kontekst, som vores jobopslag indgår i, altså det er del af en rekrutteringsproces. Rekruttering dækker også over den sociale handling, som vi tager udgangspunkt i nemlig at læse et jobopslag. Til at undersøge denne proces har vi i vores litteraturreview lavet en gennemgang af materiale omhandlede forskellige tilgange til rekruttering. Millennials optræder, som beskrevet, som de centrale sociale aktører for handlingen. Det er denne gruppe der fremstår, som den nye arbejdsstyrke, og også den generation, som vi selv er en del af. Vi har i litteraturreviewet undersøgt forskellige tilgange og holdninger til betegnelse af Millennials, samt hvilke faktorer som både betegner og skaber denne generation. Denne gennemgang af viden omkring vores fokusemner har gjort det muligt for os at placere vores undersøgelse i en tilgang, hvor vi mener, at den bidrager med ny viden.

3.1.1.1. Design

Design af en interviewundersøgelse indebærer refleksioner omkring undersøgelsens *hvordan*, altså hvordan vi vil udforme vores undersøgelse for at understøtte dens formål (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 162). Her inddrages refleksioner vedrørende metoder, procedurer og teknikker, som man vil anvende i undersøgelsen.

Overordnet er spørgeskemaet delt op i forskellige emner, og har til formål at undersøge nogle forskellige faktorer, som vi formoder spiller ind i den praksis, som er vores genstandsfelt. De udvalgte emner tager afsæt i de undringer og tanker, som beskrevet i indledningen omkring vores egne erfaringer og tanker omkring praksis. Derudover er der også faktorer fra vores litteraturreview, der bliver inddraget i vores spørgeskema. Emnerne er demografiske spørgsmål, åbenhed, afsender, forståelse af arbejde, generation, jobopslag og fremtiden.

Der er i alt 18 hovedspørgsmål, hvoraf tre er demografiske, med et underbyggende spørgsmål til beskæftigelse. Vi anvender både åbne og lukkede spørgsmål i vores spørgeskema. Vi anvender to lukkede spørgsmål, og 13 åbne spørgsmål. Under de lukkede spørgsmål har vi indsat uddybningsmuligheder ved både svar ja og nej. Da vi bruger flest åbne spørgsmål i vores spørgeskema, kan der argumenteres for, at vores spørgeskema er kvalitativt. Det har fokus på at belyse subjekternes forståelse af deres livsverden, frem for at lave en kvantitativ optælling eller

rapportering. Som nævnt ovenfor er formålet med spørgeskemaet, at det skal fungere, som vores første indblik i om de problematikker og undringer, som vi har fremsat i indledningen, også er gældende for andre i målgruppen. Derigennem vil vi også få et mere dybt indblik i, hvordan vores valgte praksis kan forstås fra forskellige subjekter med forskellige perspektiver på deres livsverden. Vores kvalitative spørgeskema giver os derfor mulighed for at se, om vores interviewpersoners holdning og forståelse er den mest dominerende, eller om der i spørgeskemaerne fremkommer forskellige forståelser. Dette er med til at give et mere nuanceret indblik i målgruppens forståelse af praksis.

I spørgeskemaet indledte vi med tre demografiske spørgsmål køn, alder, og beskæftigelse. Især kriteriet alder var vigtigt for os, da vi har opsat en målgruppe for vores speciale som hedder Millennials, hvilket vil sige dem, som er født fra og med 1984 til og med årtusindeskiftet. Det var vigtigt for os, at vide alderen på dem som udarbejdede besvarelsene, da vi ville kunne sortere dem fra, som ikke falder ind i vores målgruppe for undersøgelsen. Herudover er angivelsen af deres beskæftigelse også vigtig. Vi tager som udgangspunkt afsæt i de Millennials der, ligesom os selv, står på tærsklen til jobmarkedet og derfor selv er tilbøjelige til, at være en del af den praksis som vi vil undersøge. Dog er det også relevant at inddrage, at hvis de er i job eller jobsøgende, at de stadig har været en del af den praksis, som vi har fokus på - Millennials der læser et jobopslag.

Spørgsmålet: *“har du tidligere søgt et arbejde”*, skal fortælle os om subjekterne selv har været i den praksis, som vi er interesserede i, altså om de før har været arbejdssøgende. Her kan der argumenteres for, at vi skulle have været mere præcise i vores definition af praksis, da det er muligt at få et job uden at have søgt via jobopslag. Dette spørgsmål efterfølges af et uddybningsspørgsmål, både *“Hvis ja, kan du fortælle lidt om den proces du gennemgik i forbindelse med jobsøgningen? Hvad var godt, hvad var mindre godt?”* og *“Hvis, nej, hvilke forestillinger har du om en dag at skulle søge et arbejde? Hvad kan være godt ved processen, hvad kan være mindre godt?”*. Vi ønsker her at få indblik i både en konkret situation, der hvor vores subjekter selv har stået i en jobsøgningspraksis, og en mere overordnet holdning til hvordan praksissen at søge et job fremstår for dem, som endnu ikke har prøvet det.

Vores første spørgsmål skal fortælle os om konteksten for selve jobsøgningsprocessen i forhold til åbenhed og gennemsigtighed, altså om det er en praksis, hvor man er meget alene, eller

om det er en praksis, som man tør tale med sine venner om og dele tips og erfaring. Spørgsmålet er: *“Snakker du med venner/bekendte om hvordan I søger nyt job?”* med uddybende spørgsmål *“Hvis ja - hvad snakker I om, hvad fortæller de?”* og *“Hvis nej - hvorfor ikke?”*.

Næste emne er afsenderen. Her indgår der flere spørgsmål om subjektets forhold til virksomheden, som afsender for jobopslaget. Da afsender spiller en stor rolle i forhold til målgruppens forståelse og holdning til jobopslaget, fandt vi det relevant at undersøge, hvordan dette kommer til udtryk både mere generelt og specifikt i forhold til praksis. Her bruges spørgsmålene: *“Hvad tror du, at virksomhederne lægger vægt på, når de søger ny arbejdskraft?”*, *“Hvad forestiller du dig, at virksomhederne søger?”*, *“Hvem forestiller du dig, at virksomhederne søger?”*, *“Hvad tænker du om den måde, hvorpå virksomheder søger efter nye medarbejdere?”* og *“Synes du at virksomhedernes måde at søge efter nye medarbejdere, passer til den måde, hvorpå du søger efter nyt arbejde? - hvordan?”*.

Næste emne tager afsæt i arbejde. Vi er i denne forbindelse interesseret i at undersøge den generelle holdning til arbejde blandt målgruppen, og deres tolkning og forståelse af fænomenet arbejde. Her anvendes spørgsmålene *“Hvad kendetegner et arbejde for dig? Hvad vil du gerne opnå ved dit nuværende/fremtidige arbejde?”*, *“Hvordan vil du gerne arbejde? Prøv at beskrive den ideelle arbejdsmetode som passer til dig”*, og *“Hvad tror du er vigtigt for din generation i forhold til at have et arbejde?”*.

I forbindelse med emnet arbejde, optræder emnet generation. Emnet generation har til formål at give os viden om vores målgruppe. Vi er her interesseret i at få indblik i, hvordan individer under denne generation beskriver deres livsverden, og hvilken indsigt de har i deres egen generation. Dette ses i ovenstående spørgsmål *“Hvad tror du, er vigtigt for din generation i forhold til at have et arbejde”*, samt følgende spørgsmål, *“Hvis du skulle bruge 3 ord til at beskrive din generation, hvilke ville du så bruge?”*.

De næste tre spørgsmål omhandler jobopslag i sin fysiske udformning og hvordan denne udformning påvirker forståelse og tolkning af forskellige faktorer i praksis. Første spørgsmål er her *“Hvad er et godt jobopslag for dig? Hvad indeholder det/Hvordan ser det ud/Hvad beskriver det, osv.?”*. Det er interessant for os at skelne mellem et godt og et dårligt jobopslag, samt hvilke

forskellige forståelser og tolkninger, som fremkommer på baggrund af dette. Derfor er næste spørgsmål det samme glædende for et dårligt opslag, *“Hvad er et dårligt jobopslag? hvad indeholder det/indeholder ikke, hvordan ser det ud, hvad mangler, osv.?”*. Sidste spørgsmål i dette emne søger at danne en relation mellem emnerne afsenderforhold og jobopslaget udformning: *“Hvordan påvirker jobopslag din holdning til virksomheden som afsender? Hvad kan få dig til at miste interessen for et opslag?”*. Vi ønsker i forbindelse med dette spørgsmål at undersøge, om der er en sammenhæng mellem udformningen på et jobopslag og den forståelse og tolkning, det giver læseren omkring afsenderen.

Sidste emne og spørgsmål omhandler fremtiden. Med spørgsmålet *“Hvordan tror du fremtiden ser ud indenfor rekruttering og jobsøgning?”* søger vi at få indblik i, hvad subjektet selv tror er fremtiden inden for rekruttering og jobsøgning og hvad subjektets forhold er til denne udvikling. I dette spørgsmål har subjektet også mulighed for at fremvise, hvad deres håb for fremtiden er, og hvorfor de håber, at det kunne gå i den retning.

3.1.1.2. Udførelse af spørgeskema

Vi valgte at udforme spørgeskemaet som et digitalt spørgeskema. Det betød at vi anvendte et digitalt spørgeskemaprogram og dermed kunne dele vores spørgeskema, på de digitale medier. Der er anvendt Google Analytics, som er et gratis webanalyseværktøj, som tillader os at udarbejde vores eget spørgeskema og indsamle besvarelser. Vi mener, at fordelene ved at lave spørgeskemaet digitalt er, at vi derved kan få flere til at besvare det, da det er nemt og tilgængeligt på de sociale medier, som mange alligevel anvender. Det var derfor en mulighed for os at nå ud til flere og få en større rækkevidde og dermed forhåbentligt flere besvarelser. Vi anvendte Facebook til distribuering af vores spørgeskema. Vi erkender endvidere at der kan optræde visse problematikker i henhold til at anvende sociale medier, til distribuering af et spørgeskema.

For det første fik vi en del besvarelser, som vi ikke kunne bruge til noget, da de ikke befandt sig inden for vores målgruppe. Dette skyldtes, til dels, i at vores målgruppe på Facebook ikke er begrænset til Millennials, og til dels i at vi i vores opslag, inkluderet spørgeskemaet, ikke havde ekspliciteret målgruppen for spørgeskemaet. Dog besluttede vi, at vi hellere ville have så mange besvarelser som muligt, for så derefter at kunne sortere de besvarelser fra, som faldt udenfor målgruppen.

For det andet kan det anfægtes, at være problematisk at anvende et socialt medie til forskning da et socialt medie kan anses som useriøst. Dette i henhold til at det er vores formodning, at et medie som Facebook oftest bruges til private og ikke professionelle henvendelser, og derfor kan der stilles spørgsmålstegn ved om de folk, der har besvaret vores spørgeskema har taget det seriøst. Dette oplevede vi i enkelte tilfælde, hvor nogle besvarelser ikke virkede helhjertede, eller decideret lavet forkert med vilje.

Et sidste forhold som bør inddrages under brugen af de sociale medier til distribuering af spørgeskemaet, er kvaliteten af de svar, som vi fik ind. Da det i første omgang er venner og familie i den private omgangskreds, der har set opslaget, kan der rejses tvivl om deres grundlag for besvarelse. Det kan her overvejes, om flere af vores venner og familie, som muligvis også følger os under specialefasen, lader deres svar være farvede af, hvad de tror, at vi gerne vil have dem til at svare, da de kan tro, at dette vil hjælpe os i vores specialeproces. Dette er endvidere et svært dilemma at imødekomme, da vi ikke kan gardere os imod velmenende venner og bekendte. Vi mener dog, at vi i vores brug af mange åbne spørgsmål har gjort det svært for disse at vide, hvad der kan anskues som "det rigtige svar". Anvendelsen af de åbne spørgsmål viser også, at vi er mere interesserede i deres egne fortolkninger, da svarene automatisk aldrig vil blive helt ensartede.

I forhold til at anvende spørgeskema som et empirisk element, vil spørgsmålet om, hvorvidt det er repræsentativt altid dukke op. Da de fleste spørgeskemaer er af en form for kvantitative data, kan det antages at man således søger, at gøre undersøgelsen så repræsentativ som mulig. Vi er endvidere bevidste om, at der blandt Millennials optræder stor diversitet, hvorfor omfanget af vores spørgeskema ikke kan betegnes som værende repræsentativ. Det er dog heller ikke formålet, at vores spørgeskemaundersøgelse skal være en repræsentativ afspejling af, og overblik over, målgruppens holdning og meninger (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 168). Spørgeskemaet skal, som beskrevet, fungere som vores første møde med praksis og dermed give os indblik i de forhold der flourer heri. Derudover italesætter Kvale og Brinkmann, at det er en videnskabelig fordom at undersøgelser skal være repræsentative, da undersøgelsens videnskabelige kvalitet ikke påvirkes af antallet af subjekter (Ibid.).

3.1.1.3. Besvarelserne

Af de besvarelser vi fik på spørgeskemaet, var der fem, ud af de i alt 57 besvarelser, som ikke faldt under det aldersmæssige spektrum, der er dækkende for Millennials. De øvrige 52 besvarelser bidrog med et indblik i, hvad andre fra vores generation tænker og føler omkring ansøgningsprocessen. Ud fra besvarelserne blev vi bekræftet i flere af vores antagelser, og vi kunne her se, at flere af de forestillinger og undringer vi selv sidder med også gør sig gældende blandt andre i målgruppen. Vi har valgt at lade besvarelserne indgå i vidensbanken jf. Bilag 2

3.1.2. Interview

I henhold til udførelsen af vores spørgeskemaundersøgelse, blev vi efterfølgende bevidste om, at vi ville benytte den samme udformning, fra spørgeskemaet, som vores interviewguide. Vi fandt at anvendelsen af den samme udformning vil bidrage til, at uddybe det indblik vi fik, i det første møde med målgruppen, og deres tanker og forhold til praksis. Det betyder, at det er samme tematisering, som ligger til grund for både spørgeskemaet og interviewguiden. I henhold til at det er den samme tematisering, som gør sig gældende for både spørgeskemaundersøgelsen og interviewene, vil vores interviewguide ligeledes tage afsæt i designet for spørgeskemaet. Dog har vi i interviewguiden foretaget nogle mindre designmæssige ændringer.

Som tidligere nævnt tager vores design af interviewguiden udgangspunkt i vores spørgeskemadesign, da det er formet efter metoden for udarbejdelse af et kvalitativt forskningsinterview. Det er derfor de samme spørgsmål, som går igen i interviewet og med samme formål, som er nævnt under designet af spørgeskema. Dog er der to ekstra spørgsmål med i interviewet, som går under emnet relation til kontekst. Det er spørgsmålene *“Hvorfor er du her i dag?”* og *“Hvad tror du at karrieremessen kan give dig?”*. I modsætning til spørgeskemaet er det vigtigt i et interview at skabe en relation mellem interviewer og subjekt (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 183). Ved at anvende disse to spørgsmål, inddrages konteksten for subjekts deltagelse i karrieremessen, hvilket viser, at vi gerne vil indlede interviewet med subjektet i fokus, i stedet for at gå direkte til vores emne og undersøgelse. Formålet med disse spørgsmål er at få skabt en god relation fra starten af interviewet, og også for at lade subjektet *“tale sig varm”*, inden at vi går til de vigtige interviewspørgsmål.

3.1.2.1. Udførelse af Interview

Kvale og Brinkmann beskriver at iscenesættelsen af et interview har stor betydning for hele interviewet. Iscenesættelsen har til formål at anspore interviewpersonerne til at beskrive deres synspunkter på deres liv og verden (Ibid.). Det betyder, at det er vigtigt med den rette iscenesættelse af et interview, for at give subjektet en følelse af tryghed, som skal medføre at de tør tale frit og dele deres livsverden med os.

3.1.2.2. Settings/iscenesættelse af interviewet

Vi valgte at afholde vores interviews under AAU Karrieremessen, som fandt sted d. 6. marts i Gigantium i Aalborg. Karrieremessen er en messe, hvor virksomheder fra hele Danmark har mulighed for at have stande, hvorfra de kan møde og interagere med studerende og kommende medarbejdere (Karriere, u.d.).

Vi fandt dette som en relevant setting, da eventet har fokus på jobsøgning og rekruttering. Derfor mente vi at det var relevant, at vælge en setting, hvor vores emne allerede er i tankerne på de deltagende. Vi havde ikke på forhånd aftalt interviews, men ville i stedet forsøge at kontakte personer, når de forlod messen. Det var vores forestilling, at de dermed havde talt om emnerne, rekruttering og jobsøgning, hele dagen, og derfor ville være mere tilbøjelige til at have lyst til at tale med os, idet de skulle til at forlade messen.

Dog kan der også argumenteres for, at der er problematikker i forbindelse med denne setting. Karrieremessen er et stort arrangement med en mange studerende fra hele Nordjylland som ankom under hele åbningsdagen. Det betød at der hele tiden var mange mennesker og meget larm og uro. Det kan derfor være svært at finde folk som både har lyst til at deltage, da deres fokus netop ligger andetsteds, og skabe den ro et interview kræver for at skabe en god relation og tryghed. Dog mener vi, at vores mere lokale iscenesættelse af interviewet imødekom denne problematik.

Vi indtog et sofaområde lidt væk fra larmen fra messen, som vi fandt passende for afholdelsen af interviewene. Sofaområdet var placeret i en stor gang, der også fungerede som indgang og udgang, et sted hvor alle skulle gå forbi og derfor nemt for os at få fat i folk, og overtale dem til at lave interview med os. Vi følte at sofaområdet gav interviewet en mere afslappende setting, som ville stå i kontrast til den mere professionelle og officielle stemning, som havde været på selve messen. Det, at sofaområdet var placeret på gangen væk fra larmen fra messen, betød at

vores setting både var åben og imødekommende, men stadig lukket af og afslappende. Vi tror på, at denne kombination bidrog til at skabe nogle gode rammer for vores interview.

3.1.2.3. Vores roller

Vi havde i dagens anledning valgt at iføre os officielle trøjer fra AAU. Valget begrundes med at vi gerne ville benytte universitets autoritet, i håbet om at dette ville signalere en form for professionalisme og troværdighed til både os som personer og til det interview, som vi ville foretage. Altså, ved at iføre os trøjerne ville vi skabe en sammenhæng mellem karrieremessen og vores interview, så deltagerne ville se det som en del af messen og derfor være tilbøjelige til at tilgå interviewet mere seriøst.

Under selve interviewet havde vi én person, som var interviewer, mens den anden skulle tage noter. Vi valgte disse roller, da det var vigtigt for os, at den som interviewede ikke blev forstyrret i sin samtale med subjektet. Derudover er vi også bevidste om, at der kan gå meget information tabt i et interview, da det kan være svært for intervieweren at lægge mærke til nuancer, i forbindelse med udførelsen af interviewet. Vi var alle tre, interviewer, subjekt og notetager, placeret på sofaen. Placeringen var at interviewer og subjektet sad ved siden af hinanden på sofaen, med kroppene rettet imod hinanden. Dette i forsøget på at skabe en nær og afslappet relation i interviewet. Notetageren var placeret bagved interviewer, således at der var mest fokus på relationen og konversationen mellem intervieweren og subjektet.

3.1.2.4. Samtalens struktur

Interviewet indledes med en kort briefing, hvor interviewer kort fortæller om, hvad vi laver til karrieremessen, hvad vores speciale handler om, og hvordan vi skal bruge interviewet. Herudover italesættes også interviewets emne, og strukturen for interviewet. Som nævnt ovenfor, anfører Kvale og Brinkmann, at de første minutter af et interview er afgørende, da de har til formål at give subjektet en klar forståelse af intervieweren og interviewets formål (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 183). Vi anser derfor briefinggen som vigtig, da den er med til at danne rammen for den relation som subjektet og intervieweren skal til at indgå i.

Som tidligere nævnt tager vores interviewguide udgangspunkt i samme design som vores spørgeskema. Det betyder dermed, at vi havde udarbejdet et fast script, vores interviewguide, der skulle anvendes som struktur for interviewet.

Interviewguiden er udarbejdet således, at vi til venstre har skrevet forskningsformålet, altså den forskningsmæssige baggrund og interesse, som vi ønsker at få indsigt i, og til højre hvordan dette kommer til udtryk i interviewspørgsmålene. Der er ofte flere interviewspørgsmål under hvert forskningsformål jf. Bilag 3. Vi havde bevidst valgt, at vi ville sætte spørgsmålene i rækkefølge, og sørge for at inddrage dem alle. Dette med henblik på, at kunne få nogle ensartede interviews, hvilket vil muliggøre at vi analytisk kan kode og sammenligne interviewene med hinanden. Vi valgte også at interviewene skulle være semi-strukturerede, hvilket betyder, at der skulle være mulighed for at stille uddybende spørgsmål, eller hjælpespørgsmål, med henblik på, at få et så detaljeret indblik i subjektets forståelse af livsverden (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 185). Vi tror også på, at fordelene med semistrukturerede interview er den øgede naturlighed i samtalen, som giver mulighed for, at samtalen kan være mere dynamisk, hvilket vi tror på, giver en øget troværdighed for interviewer og tryghed for subjektet. Vi indsamlede i alt 5 kvalitative interviews til videre analyse. Vi har dog valgt at arkivere de tekstuelle analyser af interviewperson 4 og 5 i vidensbanken. De vil derfor ikke indgå direkte i specialet men vil stadig bidrage til vores forståelser jf. Bilag 1, pt. 6.

3.1.3. Transskription

Til fastholdelse af interviewet anvendte vi lydoptagelse, hvor vi brugte vores mobiltelefon som optager. Ved brug af lydoptagelsen havde vi mulighed for at gengive den præcise samtale og dermed have fokus på det sagte i interviewet (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 237). Lydoptagelserne gav os muligheden for at fastholde samtalen, hvilket betyder, at de dermed ville kunne høres mange gange efterfølgende, og at vi i interviewet kunne fokusere på samtalen, og ikke på at huske at skrive alt ned, som blev sagt.

For at kunne få noget fysisk skriftligt materiale til det analytiske arbejde, valgte vi at transskribere vores interviews. Kvale og Brinkmann skriver således: *“Interviewet er en-ansigt-til-ansigt samtale, der udvikler sig mellem to mennesker: i en transskription bliver samtalen mellem to mennesker, der er fysisk til stede, abstraheret og fikseret i skriftlig form.”* (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 235).

Da vi forud for interviewet havde besluttet, at vi ville anvende CDA som analysemetode, vidste vi, at den tekstuelle dimension i CDA ville indeholde en lingvistisk sproganalyse. Men dette som udgangspunkt måtte vi dermed transskribere vores interviews, da det ville optimere udarbejdelsen af en tekstuel analyse på fysisk tekst. Vores beslutning omkring CDA har også påvirket vores måde at transskribere på. Da vi problemformuleringen har vi fokus på det diskursive magtforhold, som optræder i et jobopslag, er vores interesse begrænset til at fokusere på det epistemologiske forhold i et jobopslag. Det vil sige hvordan modtager af jobopslagene skaber erkendelse om de diskursive forhold, som optræder i praksis. Vores fokus er derfor *hvad* der bliver sagt, fremfor *hvordan* det bliver sagt. Forstået således at vi har fokus på, hvad der sprogligt bliver sagt i interviewene og ikke på gestikuleringer, turtagning, minimalrespons og andre forhold, som kan undersøges i et interview. Dette har påvirket vores transskription således, at vi har valgt at transskribere interviewet til et mere anvendeligt og formelt skriftsprog, da vi har en sproglig interesse i interview, da netop sproget skaber grundlag for diskurserne. Ved at transskribere interviewet til et forståeligt skriftsprog understøtter dette vores brug af den lingvistiske tekstanalyse. Transskriptionen kan findes i bilag 4.

3.1.4. Jobannoncer

Til den anden del af vores analyse har vi indsamlet tre jobopslag. Denne del skal fungere som en undersøgelse af, hvad der sker i praksis, når Millennials læser og forstår et jobopslag. Vi anvender her os selv som fortolkere, da vi, som tidligere nævnt, indgår i vores valgte målgruppe for undersøgelsen. Her vil vi argumentere for, at vi gennem vores diskursanalyse af jobsalgene har mulighed for at sætte os ind i den praksis, som er vores genstandsfelt.

Vi valgte at indsamle jobopslagene fra hjemmesiden Jobindex.dk. Formålet med denne empiri er at undersøge hvilke diskurser, som optræder i jobopslagene. Valget af Jobindex, begrundes med at den fremstår som en af de største danske jobdatabaser. Hjemmesiden blev grundlagt i 1996, og har i øjeblikket over 20.000 aktive jobannoncer (Jobindex, u.d.). Vi har truffet forskellige til- og fravalg i henhold til udvælgelse af vores empiri, hvilket vil blive gennemgået i nedenstående.

Vi har valgt at tage udgangspunkt i jobopslag, der henvender sig til den praksis vi som kommunikationsstuderende selv indgår i nemlig kommunikation og journalistik. Det er vores forståelse, at der spiller flere faktorer ind, når Millennials læser et jobopslag. Derfor vil vi

argumentere for, at det ikke er muligt for os at sige noget om, hvordan alle indenfor målgruppen, læser et jobopslag. Eksempelvis er vi overbeviste om, at der er forskel på den måde, som et jobopslag er udformet på, alt efter hvilken branche det er rettet mod. Ligeledes vil der også være en forskel på den måde, hvorpå jobopslagene læses alt efter, hvilken branche som målgruppen er en del af. Da det er os, som forskere, der skal analysere på jobopslagene, ser vi os endvidere nødsaget til, at tage udgangspunkt i den branche vi betegner os som værende en del af.

For at finde frem til kategorien “kommunikation og journalistisk”, klikkede vi ind under hovedkategorien “Salg og Kommunikation”, der er placeret på jobindex’ landing page.

Herfra klikkede vi ind på underkategorien “Kommunikation og Journalistik”. Under denne kategori valgte vi annoncer fra hele Danmark. Vi traf dette valg fordi vi ikke anser vores branche som værende geografisk begrænset. Vi udvalgte derefter de tre øverste jobopslag. Jobopslagene er endvidere sorteret efter dato, hvorfor de to vi udvalgte fremstod som de nyeste i henhold til d. 9. april 2018, hvilket var datoen for vores dataindsamling.

Vi fravalgte endvidere opslag, som var udformet på engelsk da vi, som beskrevet, formoder at den måde, hvorpå et jobopslag udformes, påvirkes af forskellige faktorer. Et jobopslag udformet på engelsk, vil derfor være udarbejdet efter andre normer, som er bestemt ud fra en anden kontekst. Ligeledes vil der kunne opstå en anden forståelse i forbindelse med at læse et jobopslag på et fremmedsprog. Vores fokus på, hvorledes et jobopslag er udformet i henhold til en dansk kontekst, bidrog dermed ligeledes til vores fravalg om, at udvælge engelske jobopslag. En præsentation af jobopslagene kan findes i Bilag 5. Derudover har vi valgt at arkivere den tekstuelle analyse af jobopslag nr. 3 i vidensbanken jf. Bilag 1, pt. 7, hvorfor den ikke direkte vil indgå i specialet men stadig bistå til vores forståelser.

Kapitel 4

4. Analyse

Indeværende afsnit vil indeholde speciales analysedel. Analyserne vil endvidere blive udarbejdet på baggrund af specialets empiriske grundlag. Den indledende analysedel af specialet vil, som beskrevet, blive inddelt i to separate tekstuelle analyser, der tilsammen vil udgøre den tekstuelle dimension i Faircloughs tredimensionelle model. Fokus vil her ligge på anvendelsen den sproglige lingvistiske argumentation i henhold til at udlede diskurser. Den tekstuelle analyse vil tage afsæt i den teoretiske begrebsmæssige værktøjskasse, vi har udledt af Frimanns udlægning af SFL. Efter den tekstuelle dimension vil vi i dette kapitel præsentere den diskursive praksis for henholdsvis analyse del 1 og 2, som efterfølgende vil blive samlet i en overordnet diskursiv praksis. Denne skal afslutningsvis lede videre til den sociale praksis.

Med det analytiske arbejde bevæger vi os videre til anden fase i henhold til NA. Denne fase tager som beskrevet afsæt i, at vi som forskere nu skal navigere i vores indsamlede data fra første fase i NA.

Indledningsvist findes det relevant at præsentere den kulturelle kontekst, der omkranser såvel analyse del 1 som analyse del 2. Denne kulturelle kontekst er i specialet bestemt af vores indledende undringer, fordomme og antagelser i henhold til den praksis, der er genstand for vores undersøgelser og som vi, i forhold til vores generationsmæssige tilhørsforhold, selv er en del af. Ligeledes er den kulturelle kontekst bestemt af vores arbejde med at anskue, hvorledes det akademiske perspektiv manifesterer sig i netop denne praksis. Denne anskuelse af det akademiske perspektiv tager endvidere afsæt i det udarbejdede litteraturreview. I henhold til analysernes situationelle kontekst vil denne blive præsenteret for hvert af de enkelte jobopslag i analyse del 1 samt for de samlede kvalitative forskningsinterviews i de pågældende afsnit.

4.1. Analyse del 1

Indeværende analysedel vil fungere som første del af den tekstuelle dimension. Denne analyse vil være en lingvistisk analyse af vores tre kvalitative forskningsinterviews. Transskriptionen af interviewene kan findes i Bilag 4. Analysen har til formål at belyse, hvordan millennials selv italesætter og reflekterer over deres meningsdannelse og forståelse af praksis. I denne analysedel har vi valgt at strukturere analysen ud fra emnerne i interviewguiden. Således kan vi danne et overblik over og sammenhæng mellem, hvad hvert enkelt subjekt har svaret til spørgsmålet, samt det giver os mulighed for at se deltagernes svar i forhold til hinanden. Analysen er derfor inddelt i overskrifter, som følger de emner, der optræder i interviewguiden. Dette er for at gøre den analytiske struktur mere tydelig og analysen mere læsevenlig. Emnerne er *kontekst, åbenhed, afsender, forståelse af arbejde, generation og fremtiden*.

4.1.1. Kontekst

Som nævnt i empiriafsnittet indleder vi interviewene med at spørge ind til den kontekst, som vi befinder os i. Vi spørger ind til, hvorfor subjekterne har valgt at deltage i karrieremessen, og hvad de forventer at få ud af det. Som tidligere nævnt har dette spørgsmål til formål at være med til at skabe en relation mellem interviewer og subjekt, da dette spørgsmål sætter fokus på subjektet med det samme, og giver dem lov til at tale sig varme, inden vi kommer med mere reflekterende og personlige spørgsmål.

Første interviewperson italesætter, at karrieremessen er en mulighed for at møde virksomhederne, der befinder sig i Nordjyllandsområdet. Hun beskriver, hvordan karrieremessen er en metode til få et indblik i praksis: *“få et indblik i hvordan det hele egentligt hænger sammen, få nogle gode inputs”* (linje 5-6). Det fremgår her, at karrieremessen er en genvej til at finde ud af, hvordan det egentligt fungerer ude på arbejdsmarkedet, inden man selv befinder sig i det. I brug af formuleringen *“egentlig hænger sammen”*, fremstår det som om, der er nogle skjulte og underliggende processer i praksis, som er svære at få indsigt i, hvis man står udenfor praksis. Karrieremessen fungerer altså som et lille vindue til den verden og de processer, som indgår i denne. Det kan overvejes, om interviewpersonen ser en fordel i at få indsigt i denne praksis, da dette skal hjælpe med at åbne

døren for, at subjektet kan træde ind i praksis. Også sagt med andre ord, ved at subjektet deltager i karrieremessen, kan hun få indblik i arbejdsmarkedet som en praksis og lære om nogle af de faktorer og processer, som er i spil, der dermed skal hjælpe til at subjektet selv kan blive en del af denne. Der kan argumenteres for, at dette kan ses, som en mental proces, idet det er de indre erfaringer og bevidsthedsprocessen, som er italesat. Subjektet italesætter, at denne mentale proces "*få indblik i*", altså at tilegne sig indre viden og erfaringer, skal betragtes som en nøgle til at åbne op for praksis. På baggrund af dette fremtræder en praksis- eller arbejdsmarkedsdiskurs, der er tydelig ved, at subjektet italesætter dette som en tydelig separat praksis, og en praksis som kræver indsigt, hvis man ønsker at træde ind i den, som understreges af en indsigtsdiskurs.

Interviewperson 2 italesætter, at han deltager i karrieremessen for at søge efter et arbejde, som han beskriver således: "*det er i forsøget på at finde et eller andet interessant arbejde*" (linje 597). I denne sætning fremgår en materiel proces, hvor interviewpersonen fungerer som en implicit agent, da det er ham selv, han italesætter som participant i processen. "*Forsøget på at finde*" er den materielle handling og "*et eller andet interessant arbejde*" er målet. Processen i handlingen udtrykkes hverken som aktiv eller passiv, men i navneform. Det kan overvejes, om dette italesætter interviewpersonens holdning til det at søge et arbejde. Da handlingen ikke er i bevægelse, kan det være et udtryk for, at han muligvis mener, at hans egen proces ikke er i bevægelse. Yderligere kan dette understøttes af hans brug af ordet "*forsøget*". Et forsøg kan være forbundet med risici og derfor en usikker position, der er forbundet med stor usikkerhed. Det kan derfor overvejes, om interviewpersonen ser sin deltagelse i karrieremessen som et *forsøg*, som er forbundet med usikkerhed, og chancen for nederlag.

Brugen af udtrykket "*et eller andet interessant arbejde*", kan muligvis udtrykke en form for frustration, der tyder på, at det ikke er vigtigt, *hvilket* arbejde det er, blot at det findes interessant for interviewpersonen. Dette kan tyde på, at interviewpersonen ikke stiller krav til vigtigheden af arbejdets karakter eller arbejdets placering.

Da vi spørger ham, om det er svært at finde arbejde inden for hans felt, svarer interviewpersonen, "*nej der er masser af arbejde, der er bare en masse, som har erfaring*" (linje 599). Selvom han først siger "*nej*", anvender han derefter "*der er bare*". Det kan overvejes, at det første "*nej*" er et mere

overordnet svar ud fra, hvordan det ser ud indenfor hans felt og branche. Udtalelsen *“der er bare”* kan ses som en betingelse, her en betingelse for, at det første svar måske ikke er helt gældende. Altså kan det overvejes, om interviewpersonen anvender en omvendt *“ja, men kommunikation”*, altså hvor deres første udtalelse måske er korrekt, men der er visse betingelser eller forhold som gør, at den alligevel ikke er helt gældende. Derfor kan det vurderes at, selvom interviewpersonen svarer nej til, at det ikke er svært at finde et job, italesætter han dog en betingelse for, at dette dog ikke er helt korrekt alligevel, i hvert fald ikke for ham. Han italesætter her betingelsen som værende *“der er bare en masse, som har erfaring.”* Der er altså en udefinerbar størrelse, som er betingelsen for, at det måske alligevel ikke er nemt at finde et arbejde inden for hans felt.

Der forekommer i denne udtalelse en intensiv attributiv relationel proces, da *“en masse”*, som bærer, bliver tildelt den beskrivende egenskab, eller attribut, *“erfaring”*. Ved brug af udtrykket *“en masse”*, fremstiller interviewpersonen en ikke præcist defineret størrelse, det er derfor svært at vurdere, hvor stor denne masse er eller skal forstås at være. Det kan overvejes, at det for interviewpersonen selv fremstår som uidentificerbart og udefinerbart. Det er derfor ikke tydeligt, for interviewpersonen, hvem og hvor mange denne *masse* indeholder, og derfor kan det være svært at danne et overblik og et klart indtryk af denne masse. Det kan derfor vurderes, at interviewpersonen italesætter, at han er oppe imod en upræcis størrelse, som han tildeler egenskaben *“erfaring”*.

Det fremgår, at det ikke er første gang, at denne interviewperson deltager i karrieremessen:

“Det virker meget som de samme virksomheder, som det har været andre gange jeg har været her og nogen af dem kommer jeg da til at sende noget uopfordret til igen, men ellers så det var en hurtig omgang, ligesom det var sidste gang, fordi der var så mange” (Linje 605-607).

Han anvender flere ord og udtryk som viser, at han har været til karrieremesse før. Ord og udtryk som *“de samme”*, *“andre gange”*, *“igen”* og *“sidste gang”*. Disse ord og udtryk danner en leksikalsk kæde, hvor det sagsforhold som bliver sat i fokus, er interviewpersonens gentagne besøg på karrieremessen. Ved brug af denne leksikalske kæde, kommer der ekstra fokus på, at

interviewpersonen allerede har deltaget i karrieremessen. Vi må derfor også antage, at interviewpersonen ikke fik et arbejde efter at have været på karrieremessen første gang, da han nu er tilbage, og samtidig udtaler, at han søger efter et job.

Ud fra ovenstående analyse af interviewperson 2's udtalelser kan der identificeres en konkurrencediskurs med en underliggende erfaringsdiskurs. Der kan argumenteres for, at den materielle handling, som interviewpersonen ønsker at udføre, *finde et arbejde*, bliver blokeret af en betingelse, som gør, at han netop ikke kan opfylde målet for denne handling. Betingelsen er en upræcis størrelse af andre mennesker, som han tildeler egenskaben *erfaring*. Det kan derfor vurderes, at denne masse af personer med en bestemt egenskab, er den betingelse som gør, at det ikke er nemt at få et arbejde indenfor den valgte branche.

Vi må antage, at da interviewpersonen er 26 år og jobsøgende, må han selv være blevet færdig med uddannelsesforløb indenfor de sidste par år, og derfor kan det antages, at han endnu ikke har fundet et fast arbejde. Da han derfor er ny på arbejdsmarkedet indenfor det felt som han er blevet uddannet i, må vi antage, at han ikke har samme "erhvervserfaring" som den masse, han italesætter. Altså han tildeler en upræcis størrelse af mennesker en egenskab, som han ikke selv besidder. Vi anskuer her et konkurrenceelement, hvori interviewpersonen fremsætter en konkurrencediskurs, som kommer til udtryk i, at han bliver blokeret i at finde et arbejde af en mængde personer, som har en egenskab, han ikke selv besidder. Det kan derfor overvejes om, denne interviewperson anser *erfaring* som værende nøglen til at kunne træde ind i praksis og blive en del af arbejdsmarkedet. Der kan derfor igen ses en arbejdsmarkedsdiskurs.

Interviewperson 3 er lidt anderledes i forhold til de andre, idet han er studerende, men er på karrieremessen med hans studiejob for en fagforening. Han deltager derfor ikke i messen på lige fod med de andre besøgende. Vi mener dog, at idet han stadig er studerende og arbejder for en a-kasse, hvis job det er at tale med millennials om rekruttering og jobsøgningsprocessen, kan han være med til at give et nuanceret indblik i, hvordan millennials forstår forskellige erkendelsesprocesser, som findes i denne praksis. Han fortæller om, hvad han laver på karrieremessen: "*jeg er her i dag for at møde studerende, som de fleste er ude og lede efter job praktikforløb*" (linje 1022). Der indgår i denne udtalelse en materiel proces, hvor "*de fleste*", der her dækker over de studerende, som besøger karrieremessen, er aktøren, "*ude og lede*" er den materielle handling, og "*job*,

praktikforløb” er målet. Interviewpersonens job er derfor at hjælpe de studerende til at opfylde målet for deres materielle handling. Interviewpersonen bliver spurgt om, hvad han tror, at karrieremessen kan give til de studerende. Til dette svarer han:

“jeg tror, for de studerende så giver det mulighed for at få en indsigt i, hvad virksomhederne egentlig søger, en ting det er at gå på universitetet, at man bliver skolet i en bestemt teori inden for et bestemt område, men på karrieremessen har man masser af muligheder for at høre fra virksomhederne, hvad er det så i rigtigt søger” (linje 1028-1031).

Han beskriver i dette citat, hvordan han tror, at karrieremessen giver de studerende mulighed for at få indblik i hvad virksomhederne, som er en stor og vigtig del af den praksis, der hedder arbejdsmarkedet, søger efter hos nye medarbejdere. I dette svar indgår den mentale proces omkring, at *“de studerende”*, som sanser, får muligheden for den mentale proces, *“at få en indsigt”*, omkring fænomenet *“hvad virksomhederne virkelig søger”*. Der indgår i den mentale proces en indre bevidstliggørelse eller erkendelse om, hvad der sker i praksis. I brugen af udtrykket *“egentlig søger”* kan det overvejes, at interviewpersonen forstår, at de studerende ved brug af denne mentale erfaring, får en indsigt i et fænomen, der ellers er skjult for dem, som ikke befinder sig inden for praksis. Ved brug af ordet *“egentlig”* fremstår det som om, der er noget skjult under overfladen, og at det som fremstår om praksis, muligvis ikke er det korrekte. Vi identificerer her en arbejdsmarkedsdiskurs med en underliggende skjult-praksis diskurs, idet interviewpersonen italesætter, at studerende ved at deltage i karrieremessen, kan få indsigt i en praksis, som ellers er skjult for dem, som står udenfor. Denne italesættelse af arbejdsmarkedet som en skjult praksis, bliver yderligere tydeliggjort af den leksikale kæde, der dannes af begreberne *“egentlig søger”* og *“rigtigt søger”*. Denne kæde sætter fokus på, at der foregår nogle skjulte processer i praksis, som ikke er tydelige for dem, som står udenfor. Interviewpersonen italesætter endda, at disse fakta om praksis kan være direkte forkerte, da han anvender ordet *“rigtigt”*, omkring, hvad de studerende får ud af at deltage i karrieremessen. De får altså den *“rigtige”* information, hvilket kan antyde, at de som ikke deltager i disse messer, kan få en forkert information.

4.1.2. Åbenhed

Efter vi har anvendt de første spørgsmål til at skabe en relation til interviewpersonerne, går vi videre med de emner, som også findes i spørgeskemaet. Første emne er åbenhed.

Da vi spørger interviewperson 1, om hun taler med sine venner og studiekammerater om at søge job, svarer hun:

“ork ja, det snakker vi tit om” (Linje 48).

“ja ja, bestemt vi deler erfaringer og sådan noget, altså nu er vi jo dem der som er lige langt og nogen, der ikke er så langt, som er nye, så giver vi, altså os de ældre, så giver vi jo erfaringer til de nye om, hvordan og hvorledes de kan gøre det, for vi har jo været der længere tid” (linje 50-52).

Interviewpersonen anvender en materiel hændelsesproces som omhandler adfærd, hvor “vi” er aktøren, “deler” er den materielle hændelse og “erfaringer” fungerer som en form for mål for denne handling. Da adfærdsprocesser placerer sig mellem materielle og mentale processer, indgår der i denne proces en mental proces i erkendelsesprocessen, altså at erfaringer ikke er en materiel ting, men snarere en erkendelsesudvidelse. Dog indgår der også en handling, idet “deler” beskriver en aktiv handling. Det skal dog siges for adfærdsprocesser, at der er tale om en handling, som ikke blive sat i gang af en ydre aktør, men i stedet en indre igangsætter af handlingen, her “vi”. Vi identificerer en solidaritetsdiskurs, idet interviewpersonen italesætter, hvordan de hjælper hinanden ved at dele erfaringer, og hun beskriver, hvordan de ældre “giver” erfaringer til de nye. Hun anvender endnu en materiel hændelsesproces, hvor “os de ældre” som aktører, udfører en materiel hændelse i form af adfærd, “giver erfaringer”, med “de nye” som beneficiants. Altså, at “de ældre” udfører en handling som kommer “de nye” til gode. I brugen af ordene “deler” og “giver”, vises et forhold mellem de nye og de gamle, hvor de både “deler” erfaring, men også at de ældre “giver” erfaringer til de nye, her uden at modtage noget tilbage. Vi ser i denne forbindelse en inkluderende brug af ordet “vi”, da hun starter med at betegne dem samlet i “det snakker vi tit om” og “ja ja bestemt, vi deler erfaringer”. Selvom hun efterfølgende anvender “de” om de nye, og “vi” om de ældre, anvender hun alligevel både før og efter denne opdeling et inkluderende “vi” i linje 50 og 53. Efterfølgende italesætter hun dog:

Øh, men altså vi snakker meget om det, og vi konkurrerer også lidt om det"
(linje 53), og *"du ved, så der snakker man sådan lidt, hjælper hinanden men
alligevel konkurrerer vi også."* (linje 55-56).

Hun anvender først en verbal proces i italesættelsen af handlingen *"snakker meget"*, hvor det inkluderende *"vi"* er siger, og *"om det"* er verbaliseringen. Der er ingen eksplicit modtager i denne proces, da de i stedet snakker *"om"* noget, altså at de to grupper i det inkluderende *"vi"* både fungerer som siger og modtager. Her ses igen solidaritetsdiskursen, idet hun italesætter, hvordan de indgår på lige fod i en verbal handlingsproces. Efterfølgende italesætter hun *"vi konkurrerer også lidt om det"*. Det kan argumenteres for, at der i denne udtalelse både kan ses en materiel og en mental handlingsproces. Ved brug af ordet *"konkurrerer"* kan dette både forstås som en fysisk konkurrence som kommer til udtryk i en materielle handlinger, men det kan også forstås som en mental proces, hvor konkurrencen foregår mentalt og i stedet er en bevidsthedstilstand. *"Vi"* kan derfor både ses som værende aktør i den materielle handlingsproces, eller sanser i den mentale proces. *"Det"*, som her henviser tilbage til at søge jobs, er derfor både målet i den materielle handlingsproces, og fænomen i den mentale proces. Første gang i forbindelse med ordet konkurrence, anvender hun ordet *"lidt"* efterfølgende. Det kan vurderes, at dette ord anvendes som en downgrader, og fungerer som en mængdebeskrivelse af, hvor meget de konkurrerer. I relation til dette anvendes ordet *"meget"*, når hun beskriver mængden på, hvor meget de snakker sammen, om det at søge jobs. Vi kan derfor se at forholdene mellem, hvilke af processerne som fylder mest, her mellem at snakke og konkurrere, italesætter interviewpersonen selv, at størstedelen ligger på snakke, som italesættes af brugen af ordet *"meget"*, og at konkurrencedelen fylder mindre, ved italesættelsen af ordet *"lidt"*. Så selvom vi kan identificere en konkurrencediskurs i dette emne, bliver den alligevel trumfet af solidaritetsdiskursen.

Modsat de to første, italesætter interviewperson 3, at han ikke taler med sine venner om jobsøgning, og at de ikke deler erfaringer, *"Det er ikke noget, jeg har gjort nej"* (linje 676). Dog italesætter han yderligere:

“Nej men jeg har, altså nu sidder jeg jo i sådan en gruppe, der snakker vi, om hvad vi gør og sådan nogle ting, men med de andre fra min baggrund, nej ikke endnu” (linje 682-683).

Han beskriver, at han er med i en sammensat international projektgruppe i Hadsund. Interviewpersonen har forud for interviewet fortalt, at han er jobsøgende, og derfor skal deltage aktivt i kurser og tiltag fra jobcenteret. Vi må derfor formode, at denne gruppe, som han italesætter, er et af disse tiltag. Om denne gruppe italesætter han: *“det skaber også en lidt interessant dynamik med sådan men forståelse af for eksempelvis alle mulige ting der foregår i den der virksomhed”* (linje 688-689). I denne udtalelse ses en hændelsesproces, hvor “det”, som viser tilbage til, at gruppen består af folk fra andre steder end Danmark, er aktøren, skaber, er adfærdsprocessen, og *“en lidt interessant dynamik”* er målet, eller fænomenet for adfærden. Det kan dog overvejes her, om hele fænomenet for denne adfærd faktisk indeholder både den interessante dynamik og den efterfølgende udtalelse *“men forståelse af for eksempelvis alle mulige ting, der foregår i den der virksomhed”*. I brug af navneordet “forståelse”, kan det argumenteres for, at han objektivisere denne forståelse, i det han italesætter det som et materielt objekt. Grundet dette, kan denne “forståelse for...” ses som et yderligere mål for adfærdsprocessen. Dette vil sige, at selvom interviewpersonen italesatte, at han ikke talte med sine venner om det at søge job, indgår han alligevel i en adfærd i en anden gruppe, som opfylder målet at give ham *“forståelse af for eksempelvis alle mulige ting, der foregår i den der virksomhed”*. Det kan overvejes, at brugen af ordet “forståelse” også kan ses som værende en kognitiv proces, idet aktøren, som her er implicit i sætningen, men som henviser tilbage til den internationale projektgruppe, indgår i en kognitiv proces, “at få en forståelse” af fænomenet *“alle mulige ting der foregår i den der virksomhed”*. Gruppen, som er aktøren, er med til at give interviewpersonen en erkendelse om det valgte fænomen. I denne erkendelse identificerer vi en indsigtsdiskurs, da interviewpersonen italesætter, hvordan han får en forståelse eller indsigt ved at indgå i både adfærds og mentale processer med projektgruppen. Han fortæller yderligere om de interaktioner, som de har i denne gruppe. Vi spørger ham om, hvad de andre i gruppen fortæller om, hvordan de søger arbejde, hvortil han svarer:

“jamen altså det er jo også lidt det, fordi at de kommer fra en anden, altså nu har vi en englænder, som er meget ens på den måde, men vi har en fra Rusland og en fra Bulgarien, som har en meget, altså hende fra Bulgarien vil ikke sende nogle uopfordrede ansøgninger, fordi i Bulgarien der er det set som meget aggressivt og meget nærmest tabu, det er at spille deres tid, så det kan hun slet ikke lide at gøre, og hende fra Rusland hun er sådan meget op på hesten, du skal bare køre igen og igen, fordi sådan er livet, og jeg er nogen gange så vred på hende, fordi jeg er bare sådan, ja det er fint, at du kommer fra et sted, hvor der bare er mørkt så lang af året og det er bare deprimerende, det har jeg ikke sagt til hende men det er også godt, men man kan også godt blive sådan, mmh super” (Linje 692-699).

Interviewpersonen starter udtalelsen ud med udtrykket “jamen altså”. Vi vurderer, at dette kan ses som, at han starter på en betingelse for, at han kan svare på spørgsmålet om, hvad de andre i den internationale gruppe fortæller om deres jobsøgningsproces. Det kan derfor overvejes, at han skal til at begrunde sin betingelse i brugen af ordet “fordi” i linje 692, alt efter dette fordi, er derfor hans argument for, at han er nødsaget til at lave en betingelse for, at han ikke svarer på spørgsmålet. Han italesætter først en adfærdsproces, hvor “de” er aktøren, “kommer fra” er adfærdsprocessen, og “en anden” angiver et cirkumstantialelement, som angiver et sted. Dette ses ikke eksplicit i udtalelsen, hvad det er for et sted, da udtalelsen afsluttes, men efterfølgende udtaler interviewpersonen en forklaring ved brug af ordet “altså” og fortæller derefter om de lande, som de forskellige personer i grupper kommer fra. Vi vurderer derfor, at selvom interviewpersonen ikke eksplicit udtaler en angivelse for dette cirkumstantialelement, må det antages at have noget med geografisk placeringen af gøre, da dette har fokus i hans efterfølgende forklaring. Dette uddybes yderligere af en materielle proces hvor “vi” er aktøren, “har” er den materielle proces, “en englænder” er målet, som uddybes af en intensiv identificerende relationel proces, da “englænderen” som bærer, bliver identificeret som værende “meget ens”. Interview personen italesætter her en aktiv proces, hvor han tildeler “englænderen” identiteten af at være meget ens. Det udtales dog ikke eksplicit, hvem han er ens med, men vi vurderer, at da det er ud fra interviewpersonens perspektiv, vil denne sammenligning foregå ud fra en gruppe, som han putter sig selv i. Da emnet for spørgsmålet er på, hvordan de i

denne internationale gruppe søger arbejde, må det derfor formodes, at interviewpersonen identificerer englænderen som meget ens i forhold til spørgsmålets emne, som er jobsøgning. Vi vurderer derfor, at interviewpersonen italesætter, at englænderens måde at søge job på kan beskrives med værende ens med den måde, hvorpå interviewpersonen søger job. Vi identificerer her en praksisdiskurs med en underliggende nationaldiskurs, idet interviewpersonen fortæller, at et forhold i praksissen, jobsøgningsprocessen, er underlagt forskelle, som er nationalt afgrænset. Dette forstærkes ved, at interviewpersonen videre fremlægger, hvordan to personer fra to andre lande har en anderledes adfærd. Han udtrykker endda en frustration *“og jeg er nogle gange så vred på hende”*, med en affektproces, hvor *“jeg”* som sanser, *“vred”* som mental affektion, og *“hende”* som fænomen, over at hun fremsætter adfærdsprocesser, som ikke passer ind i den måde, han mener tingene skal gøres.

Interviewperson 3 fortæller, at der er forskel på, hvordan han og hans venner taler om jobsøgning efter, at han har fået jobbet hos a-kassen CA.

“Ja ud fra det job også jeg har nu, så spørger de før det der spurgte de ikke på samme måde, det var bare noget, man snakkede om, men det er ligesom om, man har fået en form for troværdighed, og der spørger de selvfølgelig om, hvordan skal jeg gøre det her, hvordan skal jeg ansøge, og det behøver ikke kun være job, altså hele min studiegruppe som jeg skriver bachelorprojekt med, de har stillet så mange spørgsmål om optagelse til kandidat, det er lidt som om man er bange for at gøre noget forkert, det er derfor nu har jeg så også selv været igennem det, så jeg ved også hvad man skal gøre, men der er mange, de er bange for at lave fejl, fordi det rammer dem selv” (linje 1090-1097).

Han starter med, at italesætte en possessiv relationel proces, hvor *“jeg”* som identifikant, indgår i den possessive proces *“har”*, hvor *“det job”* er identifikator, og *“nu”*, angiver et cirkumtientiale for processen. Efterfølgende italesætter han en verbal proces, hvor *“de”* er siger, og *“spørger”* er handlingen. Dette følges af endnu en verbal proces, hvor *“de”* er siger, *“spurgte”* er den verbale proces, og *“før”* angiver cirkumtientiale. for processen. Han italesætter altså en forskel fra før og

efter, at han fik sit job, og italesætter dette både ved brug af verbet i nutid og datid, samt cirkumstantialer for processerne. Han fortsætter med en verbal proces, hvor "man" er siger, "snakkede" er den verbale proces, og "det" henviser tilbage til fokus for spørgsmålet, nemlig omhandlende jobsøgning. Ved at han anvender ordet "*snakkede*", kan det overvejes, at han tillægger ordet en uformelhed. Det kan vurderes at "*snakke*" bliver beskrevet som modsætningen til "spørger" og "spurgte", da disse angiver noget, de gør noget, "spørger" og et benægtede forhold som de ikke gjorde "spurgte". Der ses altså en ændring i adfærden fra før og efter interviewpersonen fik sit studiejob.

Han italesætter yderligere en materiel handlingsproces, hvor "man" er aktør, "har fået" er den materielle handling, og "troværdighed" er målet. Det kan argumenteres for, at dette er en materiel proces, da det er en ydre påvirkning, som gør, at interviewpersonen, at denne person "har fået" målet for handlingen. Det er altså jobbet som den ydre påvirkning, der er grunden til, at han har fået tildelt denne egenskab. Det kan her vurderes, at denne ydre påvirkning, hans nye job, har været årsagen til en ændring i adfærden hos hans venner, da han er blevet tildelt denne egenskab "troværdighed". Altså efter tildelingen af denne "troværdighed", ændrede handlingerne formalitet fra at være uformelle til mere formelle. Vi identificerer derfor en formalitetsdiskurs, da denne bruges i italesættelsen omkring vennernes nuværende måde at tale om, og spørge til jobsøgning på.

Han fortsætter med at beskrive, hvad vennerne spørger ham om. Til dette anvendes en verbal proces, hvor "de" er siger, "*spørger*" er den verbale proces, "*om*" beskriver cirkumstantialet i forhold til sagen eller emnet for processen, og de efterfølgende sætninger "*hvordan skal jeg gøre det her*" og "*hvordan skal jeg ansøge*" er verbaliseringerne. I disse sætninger beskrives to adfærdsprocesser, da de omhandler, hvordan de skal agere i bestemte situationer. Det kan derfor argumenteres for, at vennerne spørger interviewpersonen om råd eller indsigt i, hvordan de skal agere for at indtræde på arbejdsmarkedet. Vi identificerer derfor en arbejdsmarkedsdiskurs med underliggende indsigtsdiskurs, da der er fokus på at indsigt i eller viden om, hvordan man skal agere i forhold til arbejdsmarkedet, kan ses som nøglen til at indtræde og blive en del af denne praksis. Interviewpersonen kommer med et bud på, hvorfor han får så mange spørgsmål om jobsøgningsprocessen. Efter beskrivelsen af hvad hans venner spørger ham om, udtaler han "*det er lidt som om man er bange for at gøre noget forkert*" (linje 1095.) Han indleder med en affektproces, hvor "man" er sanser, og "er bange" er affektionen. Fænomenet for denne affektproces indeholder

i sig selv en adfærdsproces, hvor "man" er aktør, og "gøre noget forkert" er adfærden. Interviewpersonen beskriver derfor, at grunden til at han får så mange spørgsmål om jobsøgning, er drevet af en mental affektproces, som bygger på en negativ adfærdsproces. Altså, det at gøre noget forkert, er noget, som man frygter, og på baggrund af dette er det grunden til, at interviewpersonen får så mange spørgsmål om jobsøgning. Vi identificerer her en ekskluderingsdiskurs. Den negative handling, som man er bange for, er at gøre noget forkert. Det kan overvejes, at det her kan betyde, at hvis man gør noget forkert i forhold til jobsøgningen, får man ikke jobbet, og kan derfor ikke træde ind på arbejdsmarkedet. Dette betyder, at man ikke kan træde ind i praksis og derfor er ekskluderet derfra. Brugen af den affektive proces, viser at dette er noget som frygtes.

Afslutningsvis for denne taletur udtaler interviewpersonen "*men der er mange, der er bange for at lave fejl, fordi det rammer dem selv*" (linje 1096-1097). Han anvender igen en affektproces, med "*mange*" som sanser, "*bange*" som affektion, og "*for at lave fejl*" som fænomen. Årsagen til denne affektproces, som italesættes ved brug af ordet "*fordi*", findes ved brug af en materiel handlingsproces, hvor "*det*" er aktøren, som henviser tilbage til det at lave fejl, "*rammer*" er den materielle handling, og "*dem selv*" som beneficent. Det kan argumenteres for, at vennerne er bange for at lave fejl, som vi ovenfor vurderede ville indebære ikke at kunne indtræde i praksissen, arbejdsmarkedet, da dette vil gøres til en materiel handling, som vil påvirke dem selv, da de i er beneficent for handlingen i en negativ form. Interviewpersonen italesætter ikke yderligere, hvad denne negativ handling kan have af påvirkning på vennerne, "*dem selv*", men det kan overvejes, at dette skal ses i kombination med den tidligere ekskluderingsdiskurs, altså at de negative handlinger, som kan ske for vennerne, skal ses som følge af denne ekskludering fra arbejdsmarkedet. Interviewpersonen italesætter ikke, hvad dette kunne indeholde, men som tolkere på denne analyse kan vi kun vurdere dette ud fra, hvad vi selv ved om, hvad ekskludering fra arbejdsmarkedet kan indeholde ud fra vores historical body. Nogle af de ting, som vi kommer i tanke om, er på den ene side praktiske forhold som kontanthjælp, manglende økonomisk stabilitet, muligvis manglende eller dårlig bolig. På den anden side forbindes det at være ekskluderet fra arbejdsmarkedet, og dermed stå uden job, som værende en årsag til negativ selvopfattelse. Da et arbejde for os er lig med identitet, et formål, sikkerhed, stabilitet, vil det at stå uden job påvirke alle disse faktorer til at få en negativ vinkel. Vi identificerer dermed en selvopfattelsesdiskurs, idet det at stå udenfor jobmarkedet, er med til at påvirke vores selvopfattelse.

4.1.3. Afsender

Indeværende afsnit vil omhandle de spørgsmål i interview som går under emnet afsender. De har alle fokus på virksomheden som afsender af jobopslag og skal udforske, hvordan forholdet mellem afsender og modtager af jobopslag sproglig konstitueres af Millennials.

Vi spørger første interviewperson, hvad hun tror, at virksomhederne lægger vægt på, når de søger nye medarbejdere. Hertil svarer hun: *“jamen altså, jeg tror, de lægger vægt på, det er jo altså angående, hvilken stilling det er de søger”* (Linje 68-69). I hendes udtalelse ses først en kognitiv mental proces, idet *“jeg”* som sanser, udfører den kognitive proces *“tror”*, hvor *“de lægger vægt på, det er jo altså angående, hvilken stilling det er, de søger”* er fænomenet. Det kan derfor vurderes, at udtalelsen er en italesættelse af hendes overbevisning. Efterfølgende ses en materiel handlingsproces, hvor *“de”* som aktør udfører handlingen *“lægger vægt på”*. Inden hun italesætter processens mål, udtaler hun *“jo altså”*. Dette kan ses som en italesættelse af en betingelse. Det vil sige, at hun fremsætter en betingelse for, at det efterfølgende kan være målet for den materielle handlingsproces. Målet for den materielle handling er *“hvilken stilling det er de søger”*. Hun italesætter altså at målet for den materielle handling, som virksomhederne lægger vægt på, er betinget af den stilling, som de søger en medarbejder til. Vi identificerer her en differenteringsdiskurs, idet at interviewpersonen italesætter, at handlingen, virksomhederne lægger vægt på, er betinget af, hvilken stilling det er de søger, kan det argumenteres for, at dette er et udtryk for differentiering, da hvad virksomhederne lægger vægt på, vil være forskellige fra stilling til stilling. Videre under dette emne taler vi om at være serviceminded, da interviewpersonen selv i linje 72, har pointeret, at dette er vigtigt. Da vi beder hende uddybe dette, svarer hun:

“altså hvad det er vigtigt at være, altså nu snakker jeg generelt bare sådan, så er det jo det der med at være mødestabil, og du er serviceminded, du skal håndtere dine kunder, og du skal være smilende, altså det nytter jo ikke noget, at du går hen mod en kunde mens du ser sur ud, fordi så går kunden jo væk igen, og så får du et dårligt ry, og du ved, det er sure medarbejdere så helt sikkert altid fokus på kunden, og det kan man ikke sige nok gange” (linje 77- 81).

Hun italesætter en intensiv attributiv relationel ekspansions proces, hvor "det" fungerer som bærer, og "at være" er den attributive proces. Hun sætter ekstra fokus på betydningen af at være fænomenet for denne proces ved at tilføje ordet "vigtigt". Fænomenet for denne proces kan ses som resten af hendes taletur, idet det fungerer som en uddybning af fænomenet. Hun anvender yderligere to intensive attributive relationel ekspansions processer, den første hvor "det" er bærer, "at være" er den attributive proces, og "mødestabil" er attribut, og den anden med "du" som bærer, "er" som den attributive proces og "serviceminded" som attribut. Hun italesætter yderligere to intensive attributive relationel ekspansions processer. Efter disse fremsætter hun en materiel handlingsproces, hvor "får" er den materielle handling, "du" er beneficent" og "et dårligt ry" er målet. Aktøren er implicit i denne handling. Det kan argumenteres for, at der er en ydre påvirkning for denne handling, som ikke italesættes eksplicit. Det kan vurderes, at den ydre påvirkning er alle de førnævnte relationelle ekspansionsprocesser. Med andre ord hvis man ikke overholder ovenstående relationelle ekspansionsprocesser, vil der forekomme en materiel handling, "et dårligt ry", som vil påvirke "dig" som beneficent. I og med, at man må antage at "et dårligt ry" er en negativ ting, da udtrykket i sig selv indeholde et negativt udtrykkende ord "dårligt", må vi antage, at dette ikke er en situation, man ønsker. Vi identificerer her en egenskabsdiskurs, idet interviewpersonen udtrykker, at der er nogle egenskaber, som hun nævner ovenfor, som man skal indeholde, ellers vil der forekomme en negativ materiel proces, her at man vil få et dårligt ry. Videre i samtalen spørger vi, om interviewpersonen kan beskrive en bestemt type, eller fremsætte en personlighed, som er den som virksomhederne søger. Til dette svarer hun:

"altså nu føler jeg, altså det er, fordi at jeg er i gang med et større vægttab og jeg har smidt 30 kilo, og selvom at jeg ikke er helt færdig endnu så føler jeg, at det der med udseende er, at de kigger ekstra meget på, at de hellere ville have folk, der måske er tyndere end folk, der måske har lidt ekstra, eller hvordan måden man ser ud på, så ved jeg ikke, om det bare er mig, der føler det, men jeg føler i hvert fald, at virksomhederne kigger på, hvordan du ser ud altså udseende og udstråling, det føler jeg, at de går meget efter" (linje 84-89).

Hun indleder sin udtalelse med en affektproces, hvor *“jeg”* som sanser, og *“føler”* den affektive proces. Vi vurderer, at fænomenet for denne proces er resten af hendes taletur, da alt det, som kommer efter, fungerer som et udtryk for denne affektive proces, altså at det er et udtryk for, hvad hun føler. Hun italesætter en materiel handling, hvor *“jeg”* som aktør er i gang med handlingen *“er i gang med”* og *“et større vægttab”* som målet. Det kan argumenteres for, at selvom der ikke er en eksplicit ydre påvirkning i denne udtalelse, skal dette svar ses i forlængelse af det stillede spørgsmål, om der er nogle bestemte typer eller personlighedstræk som virksomhederne søger. Derfor vurderer vi, at *“virksomhederne”* kan ses som den ydre påvirkning, som igangsætter denne handling, da udtalelsen kommer i forlængelse af endnu en materiel proces, med *“virksomhederne”* som aktør, *“søger”* som den materielle handling, og *“en bestemt type som personlighed”*. Derfor vurderes det, at en materiel handling, som foretages af virksomhederne, er grunden til eller den ydre påvirkning til, at interviewpersonen foretager sin egen materielle handling, *“er i gang med et større vægttab”*. Hun italesætter igen en affekt proces, hvor *“jeg”* som sanser, *“føler”* som den affektive proces, og *“at det der med udseende”* som et fænomen for processen. Vi identificerer i dette afsnit flere forskellige diskurser. Først identificerer vi en overordnet egenskabsdiskurs, i det interviewpersonen italesætter en egenskab som hun føler, at virksomhederne prioriterer. Som uddybning af denne diskurs ses en fysisk-udseende diskurs, i det at hun her italesætter fysisk udseende, her vægt, som den egenskab hun mener virksomhederne foretrækker.

Da vi spørger hvad interviewperson 2 tror, at virksomhederne lægger vægt på, når de søger nye medarbejdere, svarer han:

“Noget af det jeg har fået god respons på, det er, når jeg kan tage eksempel dem jeg skal til samtale med her i løbet af ugen, dette er at jeg kan tage den erfaring jeg trods alt har” (linje 701-703).

Han indleder med en materiel handlingsproces, hvor *“jeg”* er aktør, *“har fået”* er den materielle proces, *“god respons”* er målet, og *“når”* angiver et cirkumtientiale for processen, som angiver tid. Han beskriver derfor, at han oplever en positiv handling på et bestemt tidspunkt. Det tidspunkt bliver uddybet med en materiel adfærdsproces, hvor *“jeg”* som aktør, udfører adfærden *“at tage”* og *“den*

erfaring” som fænomen. Han italesætter herved, at han oplever en positiv handling, når han udfører en adfærdsproces med “erfaring” som fænomen. Vi identificerer her en erfaringsdiskurs, idet at interviewpersonen fremsætter, at han oplever en positiv handling, når han udviser en adfærd, som har “erfaring” som fænomen. Da dette skal ses i relation til det stillede spørgsmål, kan der argumenteres for, at interviewpersonen beskriver at han har oplevet god respons fra virksomhederne, da disse var fokus i spørgsmålet, når han har udført en adfærd med “erfaring” som fænomen, hvilket italesætter fænomenet erfaring, som at være noget virksomheden kan lægge vægt på. Da vi spørger ham, om der er nogle bestemte typer eller personlighedstræk som virksomhederne især søger, svarer han: *”altså der er jo, når man kigger på de der opslag, så er der jo nogle ting, som går igen i sådan en ideel kandidat”* (linje 723-724). Han beskriver her en adfærdsproces, hvor “man” som aktør, udfører adfærden “kigger på” og “de der opslag” som fænomen. I brugen af ordet “man” til italesættelse af aktøren, kan det vurderes, at han taler ud fra et mere generelt perspektiv, da “man” er et ubestemt pronomen, som både kan bruges om ental og flertal. Efterfølgende beskriver han en intensiv attributiv relationel ekspansionsproces, hvor “der” er bærer, “er” er den attributive proces og “nogle ting” er attribut. Der kan antages, at disse attributiver “nogle ting”, henviser tilbage til spørgsmålet, hvor der spørges efter, om der er nogle personlighedstræk, som virksomhederne søger. Vi vurderer derfor, at disse attributiver, “nogle ting”, som interviewpersonen italesætter, er forskellige personlighedstræk. Han anvender efterfølgende udtrykket “ideel kandidat”. Han beskriver med sin udtalelse en mere generel forståelse af, at hvis man indeholder, eller opfylder, disse attributer som virksomhederne søger, kan det forstås, at man er en “ideel kandidat”. Vi identificerer her en idealtypediskurs, idet interviewpersonen anvender dette udtryk for en person, som indeholder alle de, attributer, personlighedstræk, som virksomhederne søger efter.

Interviewpersonen beskriver videre hvilke af de førnævnte personlighedstræk, som denne ideelle kandidat skal indeholde. Han nævner her “man skal kunne håndtere”, “man skal kunne have en masse bolde i luften”, “man skal være god til at træffe beslutninger hurtigt og effektivt”, og “man skal være social og udadvendt” (linje 726-728). Det første træk bliver italesat ved en materiel adfærdsproces, hvor “man” som aktør indgår i adfærdsprocessen “skal kunne håndtere”. Efterfølgende bruges en possessiv attributiv relationel proces, hvor “man” er bærer, og “skal kunne have” er den attributive relation, og “en masse bolde i luften” er attribut. De to følgende udtalelser

er intensive attributive relationelle processer, hvor *“man”* i begge udtalelser er bærer, og de attributive processer er *“skal være”*, og attributterne er henholdsvis *“god til at træffe beslutninger hurtigt og effektivt”* og *“social og udadvendt”*.

Det kan derfor vurderes, at disse egenskaber, som den ideelle kandidat skal indeholde, både dækker over adfærd, possessive relationelle processer og attributive relationelle processer. Vi identificerer derfor en adfærdsdiskurs og en egenskabsdiskurs under den førnævnte idealtypediskurs.

Videre uddyber han *“det tror jeg er fordi, at der er kommet mere og mere fokus i virksomhederne på at skabe et godt arbejdsmiljø for at vedligeholde ens ansatte, fordi det kan være så dyrt at skaffe nye ansatte”* (linje 728-730).

I dette anvendes en materiel handlingsproces, hvor *“virksomhederne”* er aktør, *“at skabe”* er den materielle handling, og *“et godt arbejdsmiljø”* er målet for handlingen. Det kan argumenteres for at *“at vedligeholde ens ansatte fordi det kan være så dyrt at skaffe nye ansatte”* er beneficenten for denne handling. Det er altså den participant som handlingen udfører til fordel for, hvilket vil sige, at virksomhederne udfører en materiel handling med både en positiv og en negativ beneficent, da beneficenten *“at vedligeholde ens ansatte”* modvirker den negative beneficent *“fordi det kan være så dyrt at skaffe nye ansatte”*. Vi identificerer her både en arbejdsmiljødiskurs og en økonomisk diskurs. Vi identificerer en arbejdsmiljødiskurs, i det *“et godt arbejdsmiljø”* er målet for den materielle handling, som virksomhederne udfører. Det er altså med dette mål for øje, at virksomhederne søger efter ideelle kandidater med bestemte egenskaber. Derudover ser vi også en økonomiskdiskurs, i det dette bruges i det negative beneficent for handlingen. Dette vil sige, at virksomhederne udfører denne materielle handling for ikke at opleve denne negative beneficent, *“så dyrt at skaffe nye ansatte”* som italesætter en økonomisk omkostning.

Interviewperson 3 svarer, da vi stiller ham spørgsmålet, om hvad han tror, at virksomhederne lægger vægt på, når de søger nye medarbejdere:

“Kompetencer, det er jeg ret sikker på, kompetencer og så selvfølgelig også en blanding med både faglige kompetencer og men også personlige kompetencer” (linje 1106-1107).

Ordet "*kompetencer*" fungerer som mål for den materielle handling, som italesættes i det stillede spørgsmål, hvor "*virksomhederne*" er aktør, og "*lægger vægt på*" er den materielle proces. Vi identificerer her en egenskabsdiskurs, i det at ordet "*kompetencer*" er et andet ord for egenskaber, og at interviewpersonen fremlægger, at disse "*kompetencer*" er det som virksomhederne vægter, når de søger efter nye medarbejdere. Han uddyber efter følgende "*faglige kompetencer*" og "*personlige kompetencer*". Vi identificerer derfor en faglighedsdiskurs og en personlighedsdiskurs, da interviewpersonen italesætter disse to diskurser som underliggende til egenskabsdiskursen. Ved brug af udtrykkene "*virkelig*" og "*selvfølgelig*" omkring italesættelsen af faglighedsdiskursen i linje 1111, vurderer vi, at der i italesættelsen tildeles en høj grad af modalitet i udtrykket, da disse udtryk viser en høj grad af sikkerhed i forhold til sandhedsværdien i påstanden fra interviewpersonen. Der lægges altså ekstra vægt på sikkerheden i forhold til faglighedsdiskursen. I forbindelse med personlighedsdiskursen anvendes udtrykket "*men*". Vi vurderer derfor, at da der angives et højt sikkerhedsforhold til udtryk omkring faglighedsdiskurs, og et udtryk "*men*", som angiver et underordnet bindeord, italesætter interviewpersonen et øget fokus på faglighedsdiskursen, og at personlighedsdiskursen fremstår som underordnet.

Videre fortæller interviewpersonen om, hvorfor han tror, at det forholder sig sådan, at der i dette fokus på at finde en medarbejder med de rette kompetencer: "*fordi altså der bliver målt, altså alle de her medarbejder undersøgelse og alt bliver målt nu, så de vil gerne have et arbejdsklima, der er spot on*" (linje 1124-1125). Der anvendes her en materiel handlingsproces, hvor "*der*" er aktør, "*bliver målt*" er den materielle handlingsproces, "*medarbejder undersøgelse*" er målet for handlingen, og "*arbejdsklima*" er beneficent for denne handling. Dette betyder, at den handling som udføres, udføres til fordel for beneficenten, arbejdsklima. Der bliver altså foretaget denne handling for at have et godt arbejdsklima, eller som interviewpersonen selv italesætter, "*et arbejdsklima der er spot on*". Vi identificerer her en arbejdsmiljødiskurs, i det denne diskurs bruges omkring italesættelsen af, hvorfor det er vigtigt at finde den rigtige kandidat med de rette kompetencer.

4.1.4. Forståelse af arbejde

Følgende afsnit omhandler interviewpersonernes forhold til det at arbejde.

Vi spørger interviewperson 1 om hendes forhold til det at have et arbejde, og om det havde nogen bestemt betydning for hende. Hvortil hun svarer:

“jamen det betyder indkomst, det betyder noget at lave, mad på bordet” (linje 138). Hun indleder med en identificerende intensiv relationel ekspansion, hvor *“det”* som bærer, indgår i den attributive relations proces *“betyder”*, hvortil der tilhører 3 attributter, *“indkomst”*, *“noget at lave”* og *“mad på bordet”*. I denne udtalelse identificerer vi 3 diskurser. Først identificerer vi en økonomiskdiskurs, idet denne diskurs bruges ved italesættelsen af *“indkomst”*. Vi vurderer, at italesættelsen af ordet *“indkomst”* bruges i betydningen af løn, som er opgjort i penge, og at det derfor er et økonomisk motiv, som ses her. Efterfølgende identificerer vi en formålsdiskurs med en underliggende selvopfattelsesdiskurs. Vi tolker udtrykket *“noget at lave”*, som et ønske om at have noget at bruge sit liv på, altså et formål man kan bruge sit liv på. Dette ser vi i kombination med en selvopfattelsesdiskurs, idet det at have noget at lave, ser vi som vigtigt for ens forståelse af sig selv, og at dette i høj grad er med til at påvirke, hvordan man ser sig selv. Den sidste diskurs som vi identificerer her, er en sikkerhedsdiskurs, som kan findes i udtrykket *“mad på bordet”*. Da vi ser mad som et af de mest basale behov, ved vi, at opfyldelse af disse behov giver en form for sikkerhed i tilværelsen. Det at kunne bringe *“mad på bordet”* både til sig selv og sin familie vil medføre en form for sikkerhed i følge af, at man ved, at ét af de basale behov er dækket.

Interviewperson 2 udtaler således, da vi spørger ham om, hvad et arbejde betyder for ham:

“et arbejde for mig det er noget, hvor jeg kan bring home the bacon, tror jeg, som det amerikanske udtryk går op” (Linje 833-834).

Han anvender en identificerende attributiv relation ekspansion, hvor *“det”*, som henviser tilbage til *“et arbejde for mig”*, er bærer, *“er”* er den attributive relation, og *“noget hvor jeg kan bring home the bacon”* er attribut. Selve attributet indeholder i sig selv en adfærdsproces, hvor *“jeg”* som aktør udfører adfærdsprocessen, *“kan”* *“bring home the bacon”* er fænomenet. Det kan argumenteres for, at beneficenten udtrykkes i næste udtalelse, hvor interviewpersonen fortæller om sin hustru og

deres nuværende situation. Vi vurderer derfor, at beneficianten for denne adfærd er hans hustru, eller den familie som de sammen udgør. Vi identificerer her en økonomidiskurs, i det at interviewpersonen anvender en metafor "bring home the bacon", som vi vurderer, har den betydning at skulle tjene penge for at kunne forsørge sin familie.

Da vi spørger interviewperson 3 om, hvad et arbejde betyder for ham, svarer han:

"det betyder, jeg kan kun sige det ud fra mig selv, et arbejde er, der er noget prestige i at arbejde, der er noget motivation i at arbejde, og så er der ansvar og så vil de fleste nok også sige, at der er nogle penge i det, men det er meget det der med at have et eller andet mål og sætte sig op for at nå det" (linje 1183-1186).

Han anvender en identificerende attributiv relationel ekspansion, hvor "et arbejde" er bærer, "er" er den attributive proces, og vi vurderer, at resten af udtalelsen skal ses som attribut for denne proces. I denne attribut indgår andre processer. Først ser vi en attributiv intensiv attributiv relationel proces, hvor "der" er bærer, "er" er den attributive proces og "prestige" er attribut. "prestige" beskriver derfor en egenskab, som et arbejde indeholder eller er kendetegnet ved. Vi identificerer her en selviscenesættelsesdiskurs, idet vi mener, at ordet "*prestige*" bruges, når der italesættes et forhold, som man gerne vil fremhæve ved sig selv overfor andre. Det bruges altså til at vise sit værd overfor andre mennesker. Vi vurderer derfor, at i interviewpersonens italesættelse af at et arbejde giver "*prestige*" skal forstås som, at det viser en form for værdi overfor andre mennesker. Videre udtaler han en attributive intensiv relationel proces, hvor "*der*" henviser tilbage til arbejde er bærer, "er" er den attributive proces og "nogle penge i det" er attribut. Vi identificerer her en økonomidiskurs, idet interviewpersonen italesætter, at der er en økonomisk gevinst ved at have et arbejde. Da han anvender udtrykket "de fleste" omkring dem, som tilslutter sig til den økonomiskdiskurs, kan ses som om, at han søger at distancere sig selv fra denne. På baggrund af dette, vurderer vi, at der ud fra denne interviewpersons italesættelse er større fokus og tilslutning til selviscenesættelsesdiskursen end økonomidiskursen.

4.1.5. Generation

Med følgende tema ønsker vi at få indblik i, hvordan Millennials beskriver dem selv og målgruppens overordnede forhold til det at arbejde. Vi indleder dette tema med at fortælle interviewpersonerne om, hvilket aspekt indeværende emne spiller i forhold til vores speciale, hvorefter vi spørger ind til, hvad interviewpersonen mener om, hvad et arbejde betyder for millennials. Interviewperson 1 udtaler her:

“det tænker jeg i hvert fald, altså du kan ikke rigtigt komme særlig langt i dagens Danmark uden penge, så det tror jeg det er” (linje 173-174).

Hun anvender her en negativ adfærdsproces, hvor *“du”* er aktør, *“kan komme”* er adfærdsprocessen og *“særlig langt i dagens Danmark”* er cirkumstantiale for processen, som her angiver distance. Adfærden bliver negativt i det, at der sættes *“ikke”* foran, og det bliver derfor en nægtende adfærd. Det kan vurderes, at *“penge”* kan ses som middel til at kunne udføre denne adfærd, altså at *“penge”* kan ses som en ydre påvirkning, der enten kan fremme eller nægte denne adfærd. Vi identificerer derfor en økonomidiskurs, da vi ser et ekstra fokus på *“penge”* som et fremmede eller nægtende middel til at udføre denne handling. Vi vurderer også, at interviewpersonen anvender en metafor i udtrykket *“kan ikke komme særlig langt i dagens Danmark”*. Udtrykket her kan både henvise til distance, altså at man ikke kan rejse uden penge, men vi tolker det som en metafor for, at det kan være svært at leve i dagens Danmark, hvis man ikke har nogle penge. I forhold til at leve mener vi, at man ikke kan købe mad og bolig, hvis man ikke har nogle penge.

Da vi spørger interviewpersonen om, hvilke tre ord hun forbinder med gruppen Millennials svarer hun: *“Doven, ikke særlig flinke, heller ikke synes jeg ikke”* (linje 189). Grundet utydelighed er det ikke muligt at tyde det sidste ord. Disse ord der bruges om millennials fungerer alle som attributter for bæreren *“millennials”*. Ordene er derfor med til at identificere millennials, og udtrykker, at millennials er identiteten af disse ord. Vi identificerer derfor en identitetsdiskurs i brugen af disse attributter til at identificere millennials. Ordene i sig selv kan derfor også ses som underliggende diskurser for identitetsdiskursen, idet de angiver et tema for, hvordan interviewpersonen italesætter, at millennials bliver anskuet.

Vi identificerer derfor her en dovenskabsdiskurs, og en ikke-flink diskurs. Ud fra vores historical body som tolkere, vurderer vi, at disse ovennævnte identificerende ord for

Millennials alle har et negativt aspekt, idet vi ud fra vores erfaring ved, at de er ord som anvendes i negative sammenhænge, og at det ikke er de ønskede værdier, som en virksomhed vil have hos nye medarbejdere. Ud fra denne argumentation identificerer vi en negativitetsdiskurs med en underliggende ekskluderingsdiskurs, da vi i vores argumentation for negativitetsdiskursen kan identificere et ekskluderingsperspektiv, idet disse ord kan medføre, at millennials ikke bliver ansat, og derfor bliver ekskluderet fra arbejdsmarkedet.

Interviewperson 2 udtaler således, da vi spørger ham om, hvad han tror et arbejde betyder for Millennials:

“Sådan generelt, altså man hører det der med, at jeg vil gerne gøre en forskel, det er der her med, at de gerne vil gå ind og så ændre et eller andet og gøre det bedre og sådan nogle ting” (linje 893-894).

Han beskriver her en perceptionsproces, hvor *“man”* er sanser, *“hører”* er perceptionsprocessen. Det kan argumenteres for, at fænomenet for denne proces er resten af udtalelsen, da den er et udtryk for perceptionsprocessen. I fænomenet for perceptionen ses en adfærdsproces, hvor *“jeg”* er aktør, *“vil gøre”* er adfærdsprocessen, og *“en forskel”* er fænomenet for adfærden. I brugen af udtrykket *“vil gøre”* vurderer vi, at dette kan italesætte en fremtidshandling eller et ønske om en bestemt adfærd på længere sigt. Vi identificerer derfor en formåldiskurs, idet vi vurderer, at *“ville gøre en forskel”* er et udtryk for et formål, som de gerne vil opfylde på længere sigt. Dette understøttes af den efterfølgende adfærdsproces, hvor *“de”* er aktør, *“ændre et eller andet og gøre det bedre”* er adfærdsprocessen, og *“gøre det bedre”* kan ses som værende beneficent for processen. Det kan antages, at det at ville gøre en forskel og med beneficenten som værende *“ændre et eller andet og gøre det bedre”* kan ses som et mål eller formål for adfærden.

Da vi spørger ham om hvilke tre ord, han ville bruge til at betegne gruppen millennials, svarede han:

“jeg ville bruge flittig” (linje 908), “hvad er et godt ord for diverse, alsidige” (linje 923), og “utålmodigt” (linje 928).

Vi identificerer derfor en identitetsdiskurs i brugen af disse attributer til at identificere millennials. Derfor tildeler vi ordnerne deres egne diskurser sådan at *“flittig”* får en flittighedsdiskurs, *“alsidig”* får en alsidighedsdiskurs og *“utålmodigt”* får en utålmodighedsdiskurs.

Næste interviewperson, interviewperson 3 udtaler således, da vi spørger ind til, hvad han tror, er vigtigt for millennials i forhold til det at have et arbejde.

“jobsikkerhed, jeg tror jobsikkerhed er helt sikkert en ting, som er ret relevant, fordi går du tilbage til vores forældre, der var det meget sådan med, der havde man et job, og det var resten af livet nærmest” (1230-1232).

Han italesætter først et attribut *“jobsikkerhed”*, som henviser tilbage til den attributive intensive relationelle ekspansion, som italesættes i spørgsmålet. Han anvender derefter selv samme proces, hvor *“jobsikkerhed”* som bærer, indgår i den attributive proces *“er”*, og hvor udtrykket *“en ting som er ret relevant”* er attribut for processen. Interviewpersonen sætter altså ekstra fokus på, at denne attribut *“jobsikkerhed”* er en vigtig egenskab for et arbejde for Millennials. Vi identificerer i denne udtalelse en sikkerhedsdiskurs, idet interviewpersonen fremhæver denne egenskab ved at have et job, *“jobsikkerheden”*. Det kan overvejes, at denne sikkerhed kan spille inde på flere plan. For det første kan det ses som en økonomisk sikkerhed, idet sikkerheden i at have et job sikrer, at man har penge til praktiske forhold som mad og bolig. For det andet kan sikkerheden ligge i at vide, at man har noget at give sig til, og at man er en del af arbejdsmarkedet.

Videre udtaler interviewpersonen:

“går du tilbage til vores forældre, der var det meget sådan med, der havde man et job og det var resten af livet nærmest, nu har man en form for, man er lidt mere flyvsk på en eller anden måde, men der er ingen, der har lyst til at være arbejdsløse” (linje 1230-1233)

Han starter med en adfærdsproces, hvor *“du”* er aktør, *“går”* er adfærden, og *“tilbage til vores forældre”* fungerer som cirkumstantiale, idet interviewpersonen anvender en metafor, som henviser

til en tidsangivelse. Han anvender efterfølgende en attributiv intensiv relationel ekspansion, hvor "man" som bærer, "havde" er den attributive relation og "et job" som attribut. Udtrykket "og det var resten af livet nærmest" angiver et cirkumstantiale for processen, som her angiver tid. Denne proces sættes op imod følgende proces, som er en identificerende intensiv relationel ekspansion, hvor "man" er bærer, "er" er den identificerende proces, "flyvsk" som attribut og "nu" som en cirkumstantiel tidsangivelse. Ud fra disse to processer identificerer vi to modstridende diskurser. I den første udtalelse ser vi en statiskdiskurs, i det der anvendes et cirkumstantiale som anvender en meget statisk tidsangivelse i udtrykket "*resten af livet*". Modsat forholder det sig i den anden udtalelse, hvor processen i sig selv, "flyvsk" ikke har et cirkumstantiale, og vi tolker processen som værende mere levende og dynamisk. Vi identificerer derfor her en dynamiskdiskurs. Videre i snakken om, hvad arbejde betyder for Millennials, udtaler interviewpersonen:

"jeg tror, der er noget tabu ved at være arbejdsløs, hvor man kan sige, fordi lige nu hvor arbejdsløsheden er på sit mindste, der er arbejdsløshed jo ikke det fedeste, når alle ens studiekammerater de er i job, og hvis man så er arbejdsløs, det er tabu, det er elefanten i rummet, og det er bare ikke sjovt ikke at have et job, der er noget status over det, det er også derfor, at hvis man så er der jo også status i det, jeg tror også helt sikkert, det er et meget følsomt emne, fordi man hvis man skal på offentlig ydelser eller sådan noget, det er sådan lidt, jeg bliver nødt til at få hjælp" (1237-1243).

Han anvender en attributiv intensiv relationel ekspansionsproces, hvor "*arbejdsløs*" er bærer, "*er*" er den attributive proces og "*tabu*" som attribut. Han begrundet efterfølgende denne proces, hvori han anvender en identificerende intensiv relationel ekspansionsproces, hvor "*alle ens studiekammerater*" er bærer, "*er*" er den identificerende proces og "*i job*" som attribut. Vi identificerer her en ekskluderingsdiskurs, idet vi vurderer, at det kan fremstå ekskluderende, når interviewpersonen italesætter en egenskab, her "*i job*" som alle ens kammerater har. Dette vil derfor betyde, at hvis man ikke har denne egenskab, her et job, kan det føre til en ekskludering fra gruppen, muligvis både fysisk og mentalt. Denne diskurs kan ses i forbindelse med den første udtalelse, hvor tabu er attribut for arbejdsløshed. Vi kan derfor konkludere, at det at være ekskluderet fra gruppen

i forhold af arbejdsløs, tildeles egenskaben tabu. Vi identificerer her en tabudiskurs. Interviewpersonen angiver også attributet *“elefanten i rummet”* for *“arbejdsløsheden”* som bærer. Vi tolker det her som, at en elefant i rummet betyder, noget som ingen har lyst til at italesætte. Det er altså noget, som muligvis er fysisk til stede, men ikke noget, som man italesætter. Vi identificerer her en lukkethedsdiskurs, som anvendes omkring det, at være arbejdsløs, da vi vurderer, at interviewpersonen italesætter en lukkethed omkring bærer i processen, *“arbejdsløshed”*.

Efterfølgende italesætter interviewpersonen yderligere attributer om arbejdsløshed, hvor den får tildelt attributet *“ikke sjovt”*. Han udtaler modsat, om det at have et job, hvor *“job”* som bærer tildeles attributet *“status”*. Som en grund til lukketheden omkring denne arbejdsløshed anvender han sidst i udtalelsen en materiel handlings proces, hvor *“jeg”* er aktør, *“bliver nødt til”* er den materielle proces og *“få hjælp”* er målet for denne proces. Vi kan i dette afsnit identificere en selviscenesættelsesdiskurs og en selvopfattelsesdiskurs. Selviscenesættelsesdiskurs ser vi i interviewpersonens italesættelse af attributet *“status”* for bæreren *“job”*. Vi tolker *“status”* som en måde at italesætte, hvordan man viser omverdenen, hvor man er placeret i forhold til de forskellige klasser i samfundet. Vi vurderer derfor, at attributet *“status”* er et middel til at iscenesætte sig selv overfor omverdenen. Selvopfattelsesdiskursen ser vi, idet vi vurderer, at attributet *“status”* også er noget, der kan påvirke ens selvopfattelse. Da der italesættes så mange negative attributer for bærer *“arbejdsløs”*, antager vi, at det derfor også vil give en negativ selvopfattelse, hvis man er arbejdsløs. Denne negative status som tilføjes flere negative attributer, vurderer vi, kan være med til at påvirke ens selvopfattelse negativt.

Interviewpersonen angiver disse tre ord, da vi beder ham beskrive målgruppen Millennials: *“forkælede”* (linje 1254), *“ambitiøse”* (linje 1260), og *“digital”* (linje 1263). Som nævnt i argumentet tidligere hører alle disse tre under en overordnet identitetsdiskurs, hvor de hver fremstår som diskurser, i det de hver især angiver en underliggende betydning for identificeringen af millennials.

4.1.6. Fremtiden

Sidste tema i interviewet har til formål at undersøge, hvad interviewpersonerne mener, er fremtiden indenfor rekruttering og jobsøgning.

Da vi spørger interviewperson 1 om, hvordan hun tror, at rekruttering og jobsøgning ser ud i fremtiden, udtaler hun således:

“jamen i fremtiden så tror jeg, det vil foregå, som det jeg siger, altså videoansøgninger, igen over nettet, ikke så meget de der sedler, det tror jeg bliver yt, altså det bliver over nettet og video, så de kan se, hvordan det lige er du ser ud” (linje 228-230).

Hun italesætter en materiel handlingsproces hvor “det”, som viser tilbage til rekruttering og jobsøgning i spørgsmålet, er aktøren, “vil foregå” er de materielle proces, “videoansøgninger” som målet for handlingen, og “over nettet” som cirkumstantiale for processen, som her angiver placering. Det kan vurderes, at beneficianten italesættes i slutningen af udtalelsen, “så de kan se, hvordan det lige er, du ser ud”. Det er altså til fordel for “de”, som vi må antage at betyde virksomhederne, da det er dem, som videoansøgningerne sendes til. Vi kan i denne udtalelse identificere både en digitaliseringsdiskurs og en udseendediskurs. Digitaliseringsdiskursen kommer til udtryk i interviewpersonens italesættelse af digitale medier, som “videoansøgninger” og “nettet”. Hun italesætter her, at jobsøgning og rekrutteringsprocessen digitaliseres ved brug af digitale medier og kanaler, således at både jobopslag i sig selv bliver digitale ved brug af video, og at forsendelsen af disse bliver digital over nettet. Udseendediskurs ser vi i interviewpersonens italesættelse af beneficianten for denne handlingsproces, “de kan se, hvordan det lige er, du ser ud”. Vi tolker det her som, at der kommer et fokus på det fysiske udseende, da det bliver muligt gennem videoansøgninger at se folk inden ansættelse. Interviewpersonen italesætter videre fordele og ulemper ved denne digitalisering af rekrutteringsprocessen. Ud over den førnævnte digitaliseringsdiskurs som fordel, udtaler hun også:

“du kan se, hvordan personen ser ud, altså du kan få en lillebitte smule indtryk af, hvordan det er, du er som person via den video” (linje 234-235).

Hun anvender først en perceptionsproces til at beskrive, hvordan “du” som sanser, kan bruge sansen “se” omkring fænomenet “hvordan personen ser ud”. Fænomenet forklares videre i den følgende

sætning. Hun anvender her en materiel handlingsproces, hvor "du" som aktør indgår i den materielle handlingsproces "kan få" med "et indtryk af hvordan det er du er som person" som mål, og "via den video" som cirkumstanciale for processen, som her angiver sted. Vi vurderer, at der i denne udtalelse kan identificeres en udseendediskurs, og en personlighedsdiskurs. Udseendediskurs italesættes igen, da interviewpersonen udtaler, at fordelene ved at bruge digitale medier er, at virksomhederne kan bruge deres sanser til at vurdere ansøgerne, her se-sansen. Videre italesætter hun dog som målet for den materielle handling, at virksomhederne har et andet mål, her "indtryk af hvordan det er, du er som person". Vi vurderer her, at der i italesættelsen er mere fokus på personlighed, da der i udtrykket "hvordan du er som person" og kan identificeres en personlighedsdiskurs. Videre italesætter hun også ulemper ved denne nye digitale rekrutteringsprocesser:

"jeg tror, det er det med video, jeg tror, det er dårligt ved ja mennesker som blandt andet er meget generte, men som meget gerne vil have et arbejde, og mennesker som måske er lidt overvægtige" (linje 240-242).

Hun anvender først en identificerende intensiv relationel proces, hvor "mennesker" som bærer, indgår i processen "er", og hvor "meget generte" er attribut. Videre italesætter hun samme proces, denne gang hvor attributet er "overvægtige". I denne udtalelse identificerer vi både en personlighedsdiskurs og en udseendediskurs. Personlighedsdiskursen fremgår, idet interviewpersonen italesætter meget generte som attribut for den første relationelle proces. Vi vurderer, at "meget generte" er et udtryk for en egenskab ved en person, eller et personlighedstræk, hvilket danner grundlag for personlighedsdiskursen. Udseendediskursen fremtræder i det hun italesætter "overvægtig" som attribut for den anden relationelle proces. Vi vurderer her, at attributet "overvægtig" italesætter, hvordan en person fysisk ser ud udenpå, og derfor identificerer, vi her en udseendediskurs.

Da vi spørger ind til interviewperson 2's tanker om fremtiden indenfor jobsøgning og rekruttering, svarer han:

“Jamen jeg tror, at den bliver meget mere face-to-face, ikke nødvendigvis sådan direkte face-to-face, men jeg skal have et skype møde med den der virksomhed” (linje 981-982).

Han anvender en identificerende intensiv relationel ekspansions proces hvor “den” er bærer, hvilket henviser tilbage til rekruttering og jobsøgningsprocessen indgår i den relationelle proces “bliver” med “face-to-face” som attribut. Det kan overvejes her, at selvom attributtet “face-to-face” normalt betyder at mødes fysisk, anvender interviewpersonen denne metafor i forhold til, at dette møde i stedet medieres, her i italesættelsen ved hjælp af samtaleprogrammet “Skype”. Vi identificerer derfor en digitaliseringsdiskurs i udtalelsen, da interviewpersonen ændrer meningen i metaforen for det fysiske møde, til i stedet at være et møde mediet gennem et digitalt program. Interviewpersonen italesætter videre fordele og ulemper ved denne digitalisering:

“altså jeg tror, at det er godt for mig, fordi jeg gør mig, altså jeg er lidt ordblind, så jeg tror, at jeg gør mig bedre i tale, end jeg gør i skrift” (linje 989-990).

Han anvender en attributiv intensiv relationel ekspansion i sin udtalelse hvor “jeg”, som bærer, indgår i den relationelle proces “er” og “ordblind” som attribut. Han sætter dette op imod den næste proces, som er en adfærdsproces, hvor “jeg” som aktør, udfører handlingen “gør mig bedre”. Vi vurderer, at det er ham selv, der er beneficenten for denne proces, i det han udtrykker en positivitet overfor dette skift i udtrykket “det er godt for mig”. Vi kan i denne udtalelse identificere en faglighedsdiskurs overfor en fysiskdiskurs. Vi ser faglighedsdiskursen, idet interviewpersonen italesætter en af sine egenskaber som attributet “ordblind”. Vi vurderer, at dette er grunden til hans senere udtalelse, hvori han udtrykker “jeg gør mig bedre i tale, end jeg gør på skrift”. Ud fra vores historical body har vi en for forståelse for, at folk, der er ordblinde, ofte ikke er de bedste til at læse og skrive. Idet at det at læse og skrive er en stor del af de mere boglige uddannelser, oplever vi derfor ofte, at folk, som er ordblinde, ikke ser sig selv som bogligt stærke. Denne forståelse af “boglig stærk” kan betyde, at de ikke ser sig selv som faglige indenfor deres eget felt, hvilket er grunden til vores identification af faglighedsdiskursen. Dog ser vi i interviewpersonens italesættelse, at denne

faglighedsdiskurs bliver trumfet af en fysiskdiskurs. Denne fysiskdiskurs optræder, idet interviewpersonen italesætter, at han fremsætter et positivt forhold til attributet *“i tale”*. Han sætter her attributet *“i tale”* som modsætning til *“i skrift”*. I italesættelsen af interviewpersonen vurderer vi, at han italesætter et modsætningsforhold mellem det at skulle sende en skreven ansøgning, og det at skulle møde op til en samtale. Han italesætter en positivitet over det at tale, idet han ser det som en modsætning til *“i skrift”*. Vi vurderer, at der ligger et fysisk perspektiv, da han nu vil blive bedømt på, hvordan han fremtræder i fysisk form og ikke ud fra hans faglighed.

Interviewperson 3 italesætter, hvordan han tror fremtiden ser ud indenfor jobsøgning og rekruttering:

“alt bliver digitalt, alt er databaser, jeg tror simpelthen, at fysiske opslag det er noget, der bliver passé” (linje 1310-1312).

Han anvender to identificerende intensive relationelle ekspansioner, hvor *“alt”* er bærer, *“bliver”* og *“er”* er de relationelle processer, og henholdsvis *“digitalt”* og *“databaser”* er attributter. Ud fra de to attributter identificerer vi en digitaliseringsdiskurs, idet at disse ord begge har et digitalt perspektiv. Dette styrkes yderligere idet interviewpersonen italesætter flere digitale teknologier som *“Facebook”* (linje 1311), *“LinkedIn”* (linje 1312) og *“sociale medier”* (linje 1314). Videre italesætter han fordelene ved denne udvikling:

“ja fordi så kan du ansøge på farten” (linje 1317), og *“det tror jeg, fordi det er sådan at folk, de vil gerne være agile, og der skal være mange bolde i luften på én gang”* (linje 1322-1323).

I den første udtalelse anvendes en adfærdsproces hvor *“du”* som aktør, udfører adfærden *“ansøge”*, hvor *“på farten”* angiver cirkumstantiale for processen, hvor den her angiver placering. Efterfølgende udtrykker han to relationelle ekspansioner, den første som identificerende og den anden som attributiv. Den første proces har *“folk”* som bærer, *“vil gerne være”* som den attributive relation, og *“agile”* som attribut. Den anden proces har *“der”* som bærer, *“skal være”* som den relationelle proces og *“mange bolde i luften på én gang”* som attribut. Vi identificerer en

dynamiskdiskurs ud fra ovenstående udtalelser, idet beskrivelsen af cirkumstantialet og de to attributer alle kan tolkes som noget, der er i bevægelse. Vi vurderer, at cirkumstantialet "*på farten*", attributet "*agile*" og metaforen for attributet, "*mange bolde i luften*", alle indeholder et bevægelseselement, og derfor er udtryk, der udtrykker bevægelse og dynamik.

4.2. Analyse del 2

Indeværende afsnit tager som beskrevet ovenstående afsæt i behandlingen af de to jobopslag fra Jobindex.dk. Analyse del 2 vil blive delt op, således at hver af de to jobopslag vil blive analyseret separat.

I henhold til den situationelle kontekst for jobopslagene besidder de alle dele af den samme kontekst. Dette i henhold til at de alle falder under samme genre, jobopslag, samt at de alle er udgivet via det samme medie, Jobindex.dk. Ligeledes er de alle publiceret med dét formål at finde en ny medarbejder til deres respektive virksomheder. Der hvor den situationelle kontekst adskiller sig for jobopslagene er i henhold til dén virksomhed, der fremstår som afsender for jobopslaget. Ligeledes adskiller den situationelle kontekst for jobopslagene sig fra hinanden ved, at de alle søger en forskellig type medarbejder. De punkter, hvor den situationelle kontekst adskiller sig, vil endvidere blive præsenteret under de respektive jobopslag. Udover den situationelle kontekst kan jobopslagenes felt ligeledes præsenteres indledningsvist. Jobopslagene vil alle i henhold til arena, kunne betegnes som hældende til det mere institutionaliserede, idet de kan betegnes som at besidde en større formalitetsgrad end eksempelvis et personligt brev.

I henhold til at jobopslagene kan betegnes som værende institutionaliserede, må de dermed formodes at besidde en vis specialisering. Dette kommer ligeledes til udtryk, idet de, som beskrevet, er udvalgt fra én bestemt kategori, nemlig kommunikation og journalistik (jf. Empiriafsnit side 45). Netop det faktum, at jobopslagene er udvalgt fra en bestemt kategori, kan medføre, at majoriteten af folk med anden faglig baggrund, der læser opslagene, kan føle sig ekskluderede, idet de ikke besidder den samme faglige forståelse for dette fagområde, vi som fortolkere gør. Endvidere kan der for de enkelte jobopslag forekomme yderligere specialisering. Dette kan blandt andet forekomme ved anvendelsen af bestemte formuleringer og fagudtryk, der knytter sig specifikt til netop den branche som virksomheden, der søger, er en del af. Derudover kan disse specifikke formuleringer og fagudtryk ligeledes knytte sig til den stilling, der søges en medarbejder til. Forekomsterne af yderligere specialisering vil endvidere blive præsenteret i de respektive jobopslag.

Fokus for jobopslagene knytter de sig alle til en ideationel motivation, ved at de er udarbejdet med et sagligt formål, at finde nye medarbejdere.

I tekstens tenor kan vi overordnet for jobopslagene udlede, at kontaktfrekvensen mellem aktørerne må betegnes som værende sjælden. Dette i henhold til at jobopslag må formodes kun at blive publiceret, når en given virksomhed søger nye medarbejdere. Kontaktfrekvensen for jobopslag må dermed antages at være markant mere sjælden end eksempelvis kontakt mellem familiemedlemmer. Ligeledes kan det overordnet set formodes, at der i jobopslagene forekommer en særdeles lav affektiv involvering blandt aktørerne, hvilket, ses ved at der i jobopslag særdeles sjældent forekommer følelsesmæssig involvering blandt de indblandede aktører.

Ud fra aktørernes roller og position i forhold til hinanden, vil vi argumentere for, at der indledningsvist kan udledes noget om tekstens magtforhold. Derudover mener vi, at det først er muligt at undersøge tekstens magtforhold, når de indledende sproglige elementer er analyseret. Til trods for at vi ikke indledningsvist kan sige noget om tekstens magtforhold, kan vi dog godt udlede, at teksten fremstår til en vis grad formel.

Ydermere kan vi i henhold til jobopslagenes formidlingsform udlede, at der umiddelbart ikke er mulighed for direkte feedback i situationen, eftersom at der forekommer distance i både tid og rum mellem aktørerne. Derudover forekommer der ikke ideationel distance i jobopslagene, idet sproget ikke ledsager handlingen i teksten.

Jobopslagene der danner grundlaget for analyse del 2 kan findes i bilag 5.

4.2.1. Jobopslag nr. 1

LOXAM A/S søger to medarbejdere til Marketing

Jobopslag nr. 1 er et jobopslag der, som overskriften antyder, har virksomheden LOXAM A/S som afsender. Den specifikke situationelle kontekst, der omkranser jobopslag nr. 1, udspringer af netop virksomheden LOXAM A/S som afsender. I denne forbindelse den type virksomhed LOXAM A/S er, samt hvad de beskæftiger sig med. Derudover betinges den situationelle kontekst ligeledes af, at virksomheden søger to medarbejdere.

Første jobopslag er som beskrevet fra virksomheden LOXAM A/S. Øverst i jobopslaget findes overskriften "*LOXAM A/S søger to medarbejdere til Marketing*". I denne sætning findes en materiel proces, hvor 'LOXAM' fungerer som aktør, 'søger' er handlingen, 'to medarbejdere' er målet og 'til

Marketing’ er beneficent. Da dette er en aktiv proces med verbet *’søger’*, lægger dette ekstra fokus og tryk på aktøren LOXAM, som er afsender af jobannoncen. Da aktøren LOXAM er navnet på virksomheden, som er afsenderen af jobannoncen, finder vi det naturligt, at virksomheden vælger at skabe fokus på dem selv, som afsender af jobannoncen. I og med at det er en aktiv handlingsproces, fortæller dette modtageren, at det er en aktiv proces, der er gældende idet modtager læser annoncen, altså hvis ikke ansøgningsfristen er overskredet. Da vi befinder os indenfor et felt, hvor kommunikationsbranchen er konteksten for jobopslaget, finder vi det naturligt at anvende begrebet *’marketing’* som ordvalg. Da vi må antage, at de, som læser annoncen, befinder sig indenfor et kommunikationsfelt, vil de derfor allerede være bekendt med ordet marketing. Det kan vurderes, at valget af fagudtrykket marketing er med til at skabe en interpersonel relation mellem afsender og modtager. Denne relation kan endvidere styrkes, da afsender og modtager må formodes at besidde en fælles forståelse af marketing som et kommunikativt fagudtryk. Anvendelsen af fagudtrykket bidrager ligeledes til at diktere, at læseren nødvendigvis må indgå i en bestemt kommunikationsfaglig gruppering for at kunne forstå teksten. Dermed kan der i overskriften ses en relationsdiskurs. Ligeledes bidrager anvendelsen af fagudtrykket marketing til, at der kan ses en fagdiskurs.

I teksten under overskriften, uddybes og præciseres jobopslagets overskrift:

“Brænder du for at arbejde med markedsføring og indtage en nøglerolle i en landsdækkende udlejningsvirksomhed i kraftig udvikling? Så er du måske en af vores to nye marketing-medarbejdere i hovedkvarteret for LOXAM A/S Danmark”.

I henhold til dette tekststykke er det første, der falder i øjnene, anvendelsen af pronominet *du*. Anvendelsen af det personlige pronomen angiver, hvorledes teksten henvender sig direkte til modtageren. Det personlige pronomen kan i denne forbindelse være et led i en nærhedsstrategi fra afsenders side, hvilket kan bidrage til at skabe en såkaldt ‘pseudokontakt’ mellem afsender og modtager. Denne kontakt mellem afsender og modtager forstærkes endvidere af brugen af et yderligere *’du’* samt det possessive pronomen *’vores’*. Der kan dermed ses en relationsdiskurs, idet der i teksten skabes en relation mellem afsender og modtager. Teksten kan derfor umiddelbart

fremstå som værende inkluderende overfor læseren. Anvendelsen af *du* og *vores* bidrager ligeledes til, at teksten kan karakteriseres som uformel

Det kan dog diskuteres, om teksten reelt set kan anses som værende inkluderende, da der i formuleringen: *“så er du måske en af vores”* ligeledes forekommer en anvendelse af adverbiet *‘måske’*, hvilket mindsker graden af epistemisk modalitet i påstanden: *“så er du måske en af vores to nye (...)”*. Den epistemiske modalitet i teksten henviser dermed til, at der er en mulighed for, at læseren kan blive en del af LOXAM, men at denne mulighed endvidere er betinget. Betingelserne for at blive en del af LOXAM ligger i, at læseren nødvendigvis må brænde for at arbejde med markedsføring: *Brænder du for at arbejde med markedsføring*”. I sætningen forekommer der ligeledes en affektive proces, som hører under en mental proces. Denne affektive proces ses endvidere af, at verbet *‘brænder’* henviser til en positiv følelse rettet mod at arbejde med markedsføring. Ydermere bidrager anvendelsen af fagudtrykkende: *‘markedsføring’* og *‘marketing-medarbejdere’*, i kombination med overskriften: *“LOXAM A/S søger to medarbejdere til Marketing, til dannelsen af en leksikalsk kæde.*

Det næste tekststykke der præsenteres i jobopslaget er:

“Vi har rigtig travlt og søger to medarbejdere på fuld tid til to stillinger i vores marketingteam. Vi ønsker en Visibility & Communication-koordinator og en marketingkoordinator, der kan tage ansvar i en effektiv og struktureret tilgang til vores B2B-marked og vores markedsprofil”.

Ovenstående tekststykke indledes med en materiel proces, ligesom det er tilfældet i overskriften. Denne er forekommende ved formuleringen: *“Vi har rigtig travlt og søger to medarbejdere”* Ligesom det er gældende for overskriften, er aktøren i denne proces LOXAM, hvilket det personlige pronomen *‘vi’*, henviser tilbage til. Ligeledes optræder handlingen i formuleringen ved anvendelsen af verbet *‘søger’*. Bøjningen af dette verbum angiver ligeledes, at det er en aktiv proces. Dette er endvidere også tilfældet i den efterfølgende sætning: *“Vi ønsker en Visibility & Communication-koordinator og en marketingkoordinator”*. I denne sætning fremstår LOXAM ligeledes som aktøren, da *‘vi’* endnu en gang henviser tilbage til LOXAM. Handlingen er i denne sætning aktiv og forekomme ved

anvendelsen af verbet *‘ønsker’*. Målene er dog forskellige for de to processer. I den første er målet ligesom i overskriften, to medarbejdere, hvorimod målet i den anden proces er en: *“Visibility & Communication-koordinator og en marketingkoordinator”*. Dette mål kan endvidere betragtes som en uddybning af det foregående mål, idet *‘Visibility & Communication-koordinator’* samt *‘marketingkoordinator’* er de specifikke betegnelser for de to medarbejdere, der søges til marketing. Ydermere kan der argumenteres for, at beneficianten for den første proces er LOXAM’s marketingteam. Dette i henhold til at det er marketingteamet, der kan drage fordel af handlingen.

Derudover bidrager anvendelsen af betegnelsen *‘Visibility & Communication-koordinator’* til, at der kan ses en internationaliseringsdiskurs. Diskursen kan ses idet LOXAM A/S har valgt at anvende den engelske betegnelse for stillingen frem for den danske betegnelse, hvilket vil være *‘visualiserings & og kommunikations-koordinator’*. Denne internationalisering af en stillingsbetegnelse er ligeledes et udtryk for en stigende tendens i henhold til at anvende engelske ord for stillingsbetegnelser.

I dette tekststykke forekommer der et eksempel på overleksikalisering. Denne forekommer ved, at der i teksten fremtræder tætte leksikalske kæder. Disse kæder er først og fremmest dannet som led i den leksikalske kæde, der er dannet ud fra *markedsføring’* og *‘marketing-medarbejdere’*, i kombination med overskriften: *“LOXAM A/S søger to medarbejdere til Marketing”*. Argumentet for, at der forekommer overleksikalisering i tekststykket, er, at der er en koncentration af fagudtryk i det relativt korte tekststykke. Fagudtrykkelige, der danner overleksikaliseringen, består af: *‘marketingteam’*, *‘Visibility & Communication-koordinator’*, *‘marketingkoordinator’*, *‘B2B-marked’* og *‘markedsprofil’*. Med afsæt i denne overleksikalisering kan der dermed ses en positioneringsdiskurs. Denne diskurs kan ses, da anvendelsen af de mange fagudtryk kan bidrage til at positionere LOXAM i forhold til læserne af jobopslaget. Denne positionering tager endvidere afsæt i, at teksten umiddelbart kun vil være tilgængelig for folk med en kommunikationsfaglig baggrund, hvorfor der i tekststykket ligeledes kan ses en fagdiskurs.

Udover positioneringsdiskursen kan der i tekststykket ligeledes ses en relationsdiskurs. Denne kan ses, idet der i teksten, som tidligere beskrevet, fremstår to anvendelser af det personlige pronomen *‘vi’* samt to anvendelser af det possessive pronomen *‘vores’*. Disse pronomener bidrager til relationsdiskursen, da de, som tidligere beskrevet, kan medføre, at der kan skabes en pseudokontakt og dermed en relation mellem afsender og modtager.

Det næste tekststykke i jobopslaget tager, som underoverskriften antyder, udgangspunkt i de hovedopgaver og ansvarsområder, som de to nye medarbejdere vil komme til at have *“Hovedopgaver og ansvarsområder”*. Dernæst fortsætter teksten med at præcisere de hovedopgaver og ansvarsområder som den nye Visibility & Communication-koordinator vil komme til at arbejde med:

“Som Visibility & Communication-koordinator er dine hovedopgaver i forhold til vores markedsprofil i Danmark, herunder strategi for og eksekvering af LOXAM A/S nye shop in shop-koncept og skiltning. Tæt samarbejde med Tekniskafdeling og lettere rejseaktivitet er en del af jobbet. Du vil arbejde med intern og ekstern kommunikation fx nyhedsbreve, pressemeddelelser, artikler og produktpræsentationer. Desuden videreudvikle, vedligeholde og optimere LOXAM A/S tilstedeværelse på SoMe”.

I den indledende sætning i dette tekststykke forekommer der en relationel ekspansiv intensiv identificerende proces. Denne proces forekommer ved, at én participant identificerer én anden participant. I processen kommer dette til udtryk ved, at *“Som Visibility & Communication-koordinator”* fremstår som identifikanten, der ved formuleringen *‘er’* identificerer identifikatoren i form af: *“dine hovedopgaver i forhold til vores markedsprofil (...)”*. Denne proces bidrager dermed til, at den kommende Visibility & Communication-koordinator vil blive pålagt en faglig/arbejdsidentitet, der er baseret på hovedopgaverne i forhold til LOXAM A/S’ markedsprofil. Denne identitetspålæggelse danner endvidere grundlaget for, at der her kan ses en identitetsdiskurs. I indeværende tekststykke kan der ligeledes ses en distanceringsdiskurs. Denne diskurs kan endvidere ses, da der i tekststykket fremtræder to possessive pronomener: *‘dine’* og *‘vores’*. Anvendelsen af disse possessive pronomener bidrager til, at der opstår distance mellem læseren, som *‘dine’* refererer til samt afsender som *‘vores’* refererer til. Denne distance bliver endvidere ekspliciteret, idet afsenderen (LOXAM) i samme sætning vælger at formulere sig således *“(...) strategi for og eksekvering af LOXAM A/S nye shop in shop-koncept og skiltning”*. LOXAM vælger i denne formulering at erstatte *‘vores’* med *‘LOXAM A/S’*, hvilket medfører, at der opstår en

distancering mellem læseren og afsender. Denne udskiftning af 'vores' med 'LOXAM A/S' forekommer ligeledes senere i tekststykket. Distanceringen i teksten bidrager endvidere til, at tekstens formalitetsgrad øges. I tekststykket forekommer der ligeledes overleksikalisering, der tager afsæt i en fagdiskurs. Overleksikaliseringen forekommer, idet der i tekststykket fremtræder en stor mængde fagudtryk, der ligeledes knytter sig til det kommunikative fagområde. De fagudtryk, der præsenteres i tekststykket, er: 'Visability & Communication-koordinator', 'markedsprofil', 'strategi', 'eksekvering', 'shop in shop-koncept', 'intern og ekstern kommunikation', 'nyhedsbreve', 'pressemeddelelser', 'artikler', 'produktpræsentationer' samt 'SoMe'. Årsagen til, at vi betegner ord som: strategi, eksekvering, intern og ekstern, nyhedsbreve, pressemeddelelser, artikler og produktpræsentationer som kommunikative fagudtryk og ikke blot alment genkendelige ord, skal ses i henhold til konteksten. Folk med anden faglig baggrund vil med høj sandsynlighed være bekendt med ovenstående ord. Dog er det tvivlsomt, at de vil have kendskab til ordene ud fra den faglige kontekst, hvori de optræder. Eksempelvis er den gængse forståelse af ordet strategi meget forskellig i henhold til den kommunikative forståelse og anvendelse af ordet. I tekststykket forekommer der ligeledes, hvad vi vil betegne som en eufemisme. Eufemismen forekommer i formuleringen: *"lettere rejseaktivitet er en del af jobbet"*. Vi vil argumentere for, at formuleringen 'lettere rejseaktivitet' fremstår som en eufemisme, idet vi antager, at der med formuleringen menes, at jobbet dikterer, at den givne medarbejder ofte vil være nødsaget til at rejse ud af landet. Ligeledes kan det i henhold til formuleringen formodes, at LOXAM A/S dermed søger en medarbejder, som ikke er afhængig af at skulle blive i Danmark. Dette kunne eksempelvis være familiære bånd eller andre tilhørsforhold.

Det næste tekststykke, der forekommer i teksten, er en præciseringen af de ansvarsområder og hovedopgaver, som den nye marketingkoordinator vil komme til at arbejde med:

"Som Marketingkoordinator er dine hovedopgaver i forhold til B2B-markedet. Her er fokus på, at arbejde med marketingmateriale, produktkataloger, prislister og marketingaktiviteter såsom events, messer og åbent hus arrangementer. Desuden håndtering af vores mange sponsorater og deltagelse i netværk på flere fronter".

I den indledende sætning i tekststykket kan der, ligesom det gjorde sig gældende i ovenstående tekststykke, ses en identitetsdiskurs. Denne diskurs kan ses med afsæt i en relationel ekspansiv intensiv identificerende proces. Processen forekommer, idet identifikanten "*Som Marketingkoordinator*" identificerer via verbet '*er*' en identifikator i form af "*dine hovedopgaver i forhold til B2B-markedet*". Processen bidrager dermed ligeledes til, at en kommende marketingkoordinator vil blive pålagt en faglig/arbejdsidentitet. I tekststykket bliver der genoprettet en pseudokontakt og dermed en relation mellem afsender og modtager. Denne relation tager endvidere afsæt i, at der i teksten anvendes det personlige pronomen '*dine*' samt det possessive pronomen '*vores*'. Dermed kan der i tekststykket også ses en relationsdiskurs. Ydermere fremtræder der overleksikalisering i tekststykket. Denne dannes af fagudtrykkene: '*Marketingkoordinator*', '*B2B-markedet*', '*marketingmateriale*', '*produktkataloger*', '*prislister*', '*marketingaktiviteter*', '*events*', '*messer*', '*åbent hus arrangementer*', '*sponsorater*' og '*netværk*'. Denne overleksikalisering tager endvidere del i den overordnede leksikalske kæde for den samlede tekst, der er dannet ud fra anvendelsen af fagudtryk. Overleksikaliseringen i tekststykket danner endvidere grundlaget for, at der kan ses en positioneringsdiskurs. Diskursen kan ses, idet overleksikaliseringen medfører, at LOXAM A/S positionerer sig selv både i forhold til det kommunikationsfaglige felt og over for læserne af jobopslaget.

Afslutningsvis kan der argumenteres for, at der i den sidste sætning i tekststykket forekommer meget upræcise formuleringer. Denne manglende præcisering tager afsæt i formuleringen: "*Desuden håndtering af vores mange sponsorater og deltagelse i netværk på flere fronter*". Årsagen, til at sætningen kan forekomme upræcis, grunder i, at der i teksten ikke forekommer en uddybning af, hvad '*sponsorater*' eller '*netværk på flere fronter*' indebærer i denne sammenhæng. Ordet '*sponsorater*' kan i denne sammenhæng forekomme upræcist, da det ikke specificeres, om det er sponsorater, som LOXAM A/S giver eller modtager. Formulering '*netværk på flere fronter*' forekommer ligeledes upræcis, da ordet netværk kan besidde flere betydninger. Det faktum, at jobopslaget som beskrevet befinder sig inden for en kommunikationsfaglig kontekst, kunne formodes at give indikationer om, hvad der menes med '*netværk på flere fronter*', dog er vi selv som kommunikationsfaglige i tvivl om betydningen, hvorfor det må formodes, at andre læsere af jobopslaget deler denne forvirring.

Det næste tekststykke indbefatter, hvad de to stillinger vil omfatte:

” I begge stillinger tilknyttedes marketingopgaver i forhold til de kvalifikationer og kompetencer du kommer med. Stillingerne omfatter også

- Kontakt og dialog med 29 afdelinger i Danmark, salgsstyrke og administrationen.*
- Samarbejde med eksterne leverandører og samarbejdspartnere.*
- Samarbejde med marketing i vores franske moderorganisation.*
- Ad hoc-opgaver”.*

I de to ovenstående tekststykker blev det specificeret, hvad de to stillingsbetegnelser hver for sig vil omfatte. I dette tekststykke præsenteres der derimod, hvilke områder begge stillinger vil omfatte. Det kan derfor skabe forvirring, når der i tekststykket formuleres: *“begge stillinger tilknyttedes marketingopgaver i forhold til de kvalifikationer og kompetencer du kommer med”*. Årsagen til den potentielle forvirring skal endvidere findes i anvendelsen af det personlige pronomen *du* over for *‘begge stillinger’*. Dette i henhold til at *‘du’* eksplicit henviser til én person, hvorimod *‘begge stillinger’* henviser til noget, der kræver to personer. Da *‘begge stillinger’*, som beskrevet, henviser til noget, der inkluderer to personer, forekommer det dermed misvisende, at der i denne sammenhæng henvises til én person, da en enkelt person ikke kan besidde begge stillinger.

Det kan ligeledes formodes, at denne formulering kan skabe et brud i teksten. I henhold til at der i præsentationerne af hvad de to stillinger hver for sig vil omfatte, opstod en identitetspålæggelse, vil denne bryde med indeværende formulering. Bruddet vil forekomme, da de to forskellige identiteter bliver ophævet, idet formuleringen henvender sig til én læser i henhold til begge stillinger.

Derudover kan den indledende sætning ligeledes fremstå forvirrende, idet det er uklart om, hvorvidt arbejdsopgaverne er bestemt på forhånd. Dette i henhold til at der i sætningen formuleres, at der: *“tilknyttedes marketingopgaver i forhold til de kvalifikationer og kompetencer du kommer med”*, hvilket kan give indikationer om, at arbejdsopgaverne vil blive bestemt ud fra, hvilke kompetencer og kvalifikationer de kommende medarbejdere besidder. Ydermere kan det som læser

være vanskeligt at vurdere hvor meget vægt, der skal lægges på de arbejdsopgaver, som præsenteres nederst i tekststykket. Dette i henhold til at der i ovenstående sætning formuleres, at arbejdsopgavernes udspringer af de kvalifikationer og kompetencer, som de nye medarbejdere besidder.

Opremsningen af hvad de to stillinger omfatter præsenteres i punktform, hvilket kan bidrage til at skabe overblik i teksten. Derudover forekommer der en aktiv materiel proces i forbindelse med opremsningen. Processen er forekommende, idet *'stillingerne'* fremtræder som aktør og *'omfatter'* i kombination med de fire punkter er den handling/proces, som stillingerne udfører. Processen bidrager dermed til at lægge et pres på læseren. I forhold til at processen implicit beskriver nogle egenskaber og funktioner, som nye medarbejdere nødvendigvis må besidde og være i stand til at udføre for at kunne besidde stillingerne. Den materielle proces kan ligeledes bidrage til, at der kan ses en identitetsdiskurs. Diskursen kan ses på baggrund af de implicitte krav til potentielle nye medarbejdere. De implicitte krav tager form af, at stillingerne omfatter *"Kontakt og dialog" (...)*, *"Samarbejde (...)"* og *"Ad hoc-opgaver"*, hvorfor en ny medarbejder nødvendigvis må besidde viden om og kompetencer til at udføre disse opgaver. Identitetsdiskursen danner endvidere grundlag for, at der ligeledes i tekststykket kan ses en magtdiskurs.

Næste tekststykke i jobopslaget udgøres af sætningen *"Kendskab til InDesign, Photoshop og Illustrator er en stor fordel"*. Fagudtrykkene, der gør sig gældende i sætningen: *'InDesign'*, *'Photoshop'* og *'Illustrator'*, indgår i den overordnede leksikalske kæde for jobopslaget. Ordene kan betragtes som fagudtryk, idet de er navnene på tre IT-værktøjer/programmer, som i høj grad anvendes inden for det kommunikations faglige felt. Der kan dermed ses en positioneringsdiskurs i henhold til, at LOXAM A/S i formuleringen giver udtryk for, at nye medarbejdere nødvendigvis må have kendskab til disse IT-værktøjer. Derudover kan der ligeledes argumenteres for, at formuleringen: *"Kendskab til (...) er en stor fordel"* kan betragtes som værende en eufemisme. Årsagen herfor er, at det implicit ligger i formuleringen, at kandidater, der besidder kendskab til programmerne, vil være at foretrække i stillingerne. Dermed kan det formodes at være en nødvendighed at have kendskab til programmerne, hvis man som ansøger skal gøre sig forhåbninger om at få jobbet.

Næste tekststykke i jobopslaget udgøres ligeledes af en enkelt sætning: *“Begge stillinger refererer til Head of Sales, og marketingteamet består derudover af en Inhouse grafiker/webmaster”*. Der findes i den indledende formulering i tekststykket en aktiv materiel proces. Processen udgøres af *‘begge stillinger’* som værende aktørerne, der udfører handlingen *‘refererer til’* i henhold til målet *‘Head of Sales’*. Processen bidrager dermed til at lægge pres på læseren, idet formuleringen skal forstås som, at medarbejderne får stillet opgaver af og dermed arbejder under *‘Head of sales’*. I henhold til at der er tale om en aktiv handlingsproces, kan dette fortælle modtageren, at processen er aktiv, hvorfor der allerede i teksten kan opstå en magtrelation mellem læseren og *‘Head of Sales’*. Denne magtrelation danner dermed grundlaget for, at der i tekststykket kan ses en magtdiskurs. Derudover fremstår anvendelsen af betegnelsen *‘Head of Sales’* som et eksempel på internationaliseringen af stillingsbetegnelser, ligesom det gør sig gældende med betegnelsen: *‘Visibility & Communication-koordinator’*. Dermed kan der ligeledes i tekststykket ses en internationaliseringsdiskurs. *‘Head of Sales’*, er som beskrevet, en engelsk oversættelse for den danske stillingsbetegnelse salgschef.

I indeværende tekststykke fremgår følgende formulering: *og marketingteamet består derudover af en Inhouse grafiker/webmaster”*, nærværende formulering kan endvidere skabe forvirring for læseren. Forvirring kan udspringe af, at det ikke står klart, hvad *‘derudover’* henviser tilbage til i sætningen. Årsagen, til at det ikke står klart, hvad *‘derudover’* henviser til, skyldes, at nærværende sætning kan anses som værende delt ind i to adskilte dele. Første del består dermed af: *“Begge stillinger refererer til Head of Sales”*, hvilket kan ses som en særskilt sætning, som ikke umiddelbart passer sammen med: *“og marketingteamet består derudover af en Inhouse grafiker/webmaster”*. Dermed kan det være svært som læser at udlede, hvor mange og hvem LOXAM A/S’ marketingteam egentlig består af. Derudover præciseres det ikke i tekststykket eller i den samlede foregående tekst, om de to stillinger er nyoprettede, eller om der blot er tale om en personalemæssig udskiftning. Den manglende præcisering af de arbejdsmæssige forhold kan endvidere gøre det vanskeligt for læseren at få et retvisende billede af, hvorledes LOXAM A/S er opbygget og struktureret personalemæssigt.

Næste tekststykke indledes med underoverskriften *“Lidt om dig”*. Underoverskriften kan dermed skabe forvirring for læseren, eftersom det er blevet præciseret i den foregående tekst, at LOXAM A/S

søger to medarbejdere. Det følgende tekststykke tager endvidere afsæt i de forventninger, som LOXAM A/S har til sine nye medarbejdere:

”Du kan have forskellige indgangsvinkler til jobbet, men vi forestiller os, at du har relevant teoretisk og praktisk baggrund indenfor marketing:

- *Erfaring med gennemførelse af marketingopgaver.*
- *Stærk tovholder på opgaver så deadlines overholdes.*
- *Struktureret og med et godt overblik.*
- *Stærk i mundtlig og skriftlig kommunikation.*
- *Begår dig nemt på engelsk i skrift og tale. Evt. kendskab til fransk.*
- *Godt kendskab til MS Office-pakken”.*

I den første sætning i tekststykket findes der en mental desiderativ proces. Processen forekommer, idet det personlige pronomen ‘vi’ optræder som sanser og dermed udfører den mentale proces ved anvendelsen af verbet ‘forestiller’. Fænomenet i processen optræder endvidere i form af de egenskaber, som opremses i ovenstående tekstudsnit.

Den mentale desiderative proces bidrager endvidere til, at der kan ses en identitetsdiskurs. Identitetsdiskursen kan ses, da der i processen optræder en række implicite krav til nye medarbejdere. Kravene fremstår endvidere implicite, idet der i teksten ikke eksplicit formuleres, at det er deciderede krav. Dog kan formuleringen ‘vi forestiller os’ ligeledes fremstå som en eufemisme for, at det netop er et krav, at en eventuel ansøger besidder de opremsede egenskaber. Årsagen, til at ‘vi forestiller os’ kan betegnes som en eufemisme, er, at det må formodes, at ansøgere med de pågældende egenskaber vil blive foretrukket i en ansættelsesproces. Dermed må det endvidere antages at være essentielt for en eventuel ansøger at besidde disse egenskaber for overhovedet at gøre sig forhåbninger om at komme i betragtning til stillingen. Dette tekststykke kan ligeledes fremstå særdeles forvirrende og misvisende, da det beskriver, hvad LOXAM A/S søger i én ny medarbejder. Dette kan endvidere skabe forvirring, da der i jobopslaget, som beskrevet, efterspørges to medarbejdere. Det kan dermed formodes, at LOXAM A/S søger de samme egenskaber i to personer, som skal fungere i to vidt forskellige stillinger. Derudover kan det ligeledes formodes, at LOXAM A/S dermed ikke ønsker diversitet i deres kommunikationsteam. Dermed kan

det for en ny medarbejder være nødvendigt at foretage visse personligheds-mæssige justeringer for at indgå i kommunikationsteamet. Dermed kan der i tekststykket ligeledes ses en overordnet magtdiskurs. Magtdiskursen kan ses, idet LOXAM A/S opstiller en række krav til en ny medarbejder, der er funderet i en bestemt identitetspålæggelse. I tekststykket ledes den overordnede leksikalske kæde for jobopslaget videre. Den leksikalske kæde dannes i tekststykket ud fra anvendelsen af: *'marketing', 'marketingopgaver', 'mundtlig og skriftlig kommunikation'* samt *'MS Office-Pakken'*. Nogle af disse ord vil dog være tilgængelige for personer med anden faglig baggrund end kommunikation, da disse ord ikke er fagudtryk, der specifikt knytter sig til det kommunikative fagområde. Dog vil vi argumentere for, at de indgår i den leksikalske kæde af fagudtryk, da det i denne sammenhæng er det kommunikative fagområde, som dikterer konteksten for jobopslaget. Der kan dermed ses en positioneringsdiskurs i tekststykket.

Det næste tekststykke der præsenteres i jobopslaget, tager afsæt i LOXAM A/S som arbejdsplads:

"I Loxam er aktivitetsniveauet højt, og vi går ikke på kompromis med kvalitet og service. Vi tilbyder pensionsordning, sundhedsforsikring og kantineordning. Lønnen er efter kvalifikationer. Arbejdsstedet er vores administration på adressen Fabriksparken 30-32, 2600 Glostrup. Vores åbningstid er kl. 06.30 til kl. 16.00 (fre. kl. 15.30), og din arbejdstid vil være fordelt i dette tidsrum".

I den første sætning i tekststykket forekommer der en ekspansiv relationel attributiv intensiv beskrivende proces. Processen kan endvidere ses ud fra *'i LOXAM'* som værende bærer for den attributive relation *'er'* over for *'aktiveringsniveauet højt'* som attribut. Denne proces bidrager dermed til at give læseren en forståelse for, hvorledes LOXAM fremstår som arbejdsplads. Dermed forekommer der i formuleringen samt i resten af sætningen: *"og vi går ikke på kompromis med kvalitet og service"*, en forventning til en fremtidig medarbejder om, ligeledes at kunne håndtere et højt aktivitetsniveau samt om ikke at gå på kompromis med kvalitet og service. Der kan dermed ses en identitetsdiskurs i henhold til, at der i indeværende sætning er tale om visse karaktertræk og dermed identitetsdannende faktorer, som nye medarbejdere nødvendigvis og må besidde for at

pas ind i virksomheden. Ydermere kan formuleringen *“i LOXAM er aktivitetsniveauet højt”*, fremstå som en eufemisme. Årsagen herfor er, at et højt aktivitetsniveau ofte kan betyde et stressende arbejdsmiljø, hvor medarbejderne har for mange opgaver at tage sig af. Der fremtræder ligeledes en distanceringsdiskurs i tekststykket. Diskursen kan ses med afsæt i anvendelsen af det possessive pronomen *‘vores’* holdt op imod anvendelsen af det personlige pronomen *‘din’*. Distancen er især fremtrædende i formuleringen: *“Vores åbningstid er kl. 06.30 til kl. 16.00 (fre. kl. 15.30), og din arbejdstid vil være fordelt i dette tidsrum”*. Årsagen, til at der i nærværende formulering fremtræder stor distancering, skyldes, at *‘vores’* i denne sammenhæng henviser til LOXAM, hvorfor det må formodes, at alle medarbejdernes arbejdstids vil blive fordelt i det givne tidsrum. Det kan endvidere diskuteres om, hvorvidt dette er tilfældet, i og med det eksplicit er den nye medarbejders arbejdstid, der vil blive fordelt i tidsrummet og ikke alle medarbejdernes arbejdstid. Derudover kan der i formuleringen: *“Lønnen er efter kvalifikationer”* ligeledes spores en distanceringsdiskurs. Diskursen ses i denne sammenhæng med afsæt i, at der i LOXAM ikke er lige lønforhold for alle medarbejdere. Der vil i denne forbindelse derfor altid være nogle medarbejdere, der tjener mere end andre, da alle medarbejdere umuligt vil kunne besidde de samme kvalifikationer. Der kan derfor også ses en magtdiskurs ud fra indeværende formulering. Denne diskurs kan ses, da lønforskel blandt medarbejdere vil give ubalance i magtforholdet, da det må formodes at medarbejdere, som tjener mest, vil besidde større magt.

Det næstsidste tekststykke i jobopslaget, omhandler de omstændigheder, der optræder i henhold til ansøgningsprocessen:

“Hvis du er interesseret i en af stillingerne, så send din ansøgning til ansogning@loxam.dk mærket VICO GLO for stillingen Visibility & Communication-koordinator eller MAKO GLO for Marketingkoordinator. Send ansøgningen så hurtigt som muligt og senest den 20. april 2018. Vi indkalder til samtaler løbende og ansætter, så snart vi har fundet den rigtige kandidat. Spørgsmål angående stillingen kan rettes til HR Ansvarlig Lasse Kreiner på tlf. nr. 46 16 19 33”

I den første sætning optræder der en mental affektproces. Processen tager afsæt i *'hvis du er'* som sanser for affektionen *'interessere i'* over for fænomenet *'en af stillingerne'*. Processen fordrer endvidere, at læseren i denne sammenhæng skal tage stilling til, om han/hun vil søge jobbet. Tekststykket fordrer endvidere, at læseren nødvendigvis bliver nødt til at træffe beslutningen, om, hvorvidt han/hun vil søge jobbet hurtigt. Dette kommer til udtryk i formuleringen: *"Vi indkalder til samtaler løbende og ansætter, så snart vi har fundet den rigtige kandidat"*. Det præsenteres dermed i formuleringen, at til trods for at der er fastsat en ansøgningsfrist er denne ikke nødvendigvis gældende. Dermed kan der ses en magtdiskurs, da LOXAM har magten til at se bort fra en ellers fastsat ansøgningsfrist uden at give besked om, at stillingerne ikke længere er ubesatte. Som læser kan denne ubalance i magtforholdet medføre, at der bliver pålagt et pres i henhold til, at hvis man er interesseret i en af stillingerne, kan man fremstå som den bedste kandidat til jobbet, men hvis en anden har været hurtigere ude, kan stillingen være gået til ham/hende. Dette tekststykke bidrager endvidere til den overordnede leksikalske kæde, der er dannet ud fra i alt 47 kommunikative fagtermer.

Det afsluttende tekststykke for jobopslag nr. 1 optræder nederst på siden og med en mindre skriftstørrelse end den resterende tekst. Det kan dermed formodes ikke at vægte lige så højt i jobopslaget. Tekststykket er endvidere en detaljeret beskrivelse af LOXAM A/S:

"LOXAM er Europas største udlejer af maskiner, jord- og anlægsmateriel, lifte, liftvogne, moduler og skurvogne. Vi leverer til bygge- og anlægssektoren, industrien, den offentlige sektor, servicesektoren og til private. LOXAM har 29 afdelinger i Danmark med ca. 290 medarbejdere og en materielportefølje på mere end 22.000 enheder. LOXAM er til stede i 22 lande og koncernen beskæftiger ca. 7.900 medarbejdere".

Det fremgår i tekststykket, at LOXAM A/S er Europas største udlejer af: *maskiner, jord- og anlægsmateriel, lifte, liftvogne, moduler og skurvogne*". I tekststykket findes der endvidere overleksikalisering, som knytter sig til et andet fagområde end det kommunikative. Overleksikaliseringen dannes af fagudtrykkene: *'maskiner', 'jord- og anlægsmateriel', 'lifte',*

'liftvogne', 'moduler', 'skurvogne', 'bygge- og anlægssektoren', 'industrien', 'materielportefølje' og 'enheder'. Tekststykket bryder dermed med den resterende tekst i jobopslaget, da der som beskrevet henvises til et andet fagområde end det kommunikative. Denne henvisning til et andet fagområde bidrager endvidere til, at LOXAM A/S ligeledes kan positionere sig i forhold til indeværende fagområde, hvilket ekspliceres ved formuleringen: "*LOXAM er Europas største udlejer af (...)*". Dermed kan der i tekststykket ses en positioneringsdiskurs.

Præsentationen af LOXAM A/S vil endvidere, ikke nødvendigvis være tilgængelig for læseren af jobopslaget, da læseren med høj sandsynlighed ikke besidder en forståelsesramme, der strækker sig over maskinudlejningsbranchen. Dermed kan der også ses en distanceringsdiskurs i tekststykket. Denne diskurs kan udledes, da der, som beskrevet, vil opstå distance mellem virksomheden og læseren, idet indholdet i tekststykket ikke nødvendigvis vil være tilgængeligt for læseren. Det kan endvidere diskuteres om, hvorvidt LOXAM A/S, har forsøgt at undgå denne distance, ved netop at placere tekststykket nederst samt give det en mindre skriftstørrelse.

4.2.2. Jobopslag nr. 2

Er du MAYDAY FILMs nye kreative projektudvikler?

Ved første øjekast kan det ud fra ovenstående overskrift være svært at bestemme den situationelle kontekst for indeværende jobopslag. Dette i henhold til at der ikke står noget om, hvem MAYDAY FILM er, hvilket for uforstående ikke fortæller meget om, hvad læseren kan forvente i resten af jobopslaget. Dog giver navnet MAYDAY FILM nogle indikationer om, at der er tale om en virksomhed inden for mediebranchen, hvilket bekræftes længere nede i jobopslaget. Længere nede i jobopslaget præsenterer MAYDAY FILM sig som producent af corporate video og reklamefilm. Derudover præsenterer de også, at de er søsterselskab til TV-produktionsselskabet STV (bilag 5). Disse informationer kan dermed være med til at bestemme den situationelle kontekst for jobopslaget. Ligeledes bidrager informationerne om, at virksomheden søger en ny kreativ projektudvikler til bestemmelsen af den situationelle kontekst.

Indeværende jobopslag indledes med overskriften: "*Er du MAYDAY FILMs nye kreative projektudvikler?*" Overskriften præsenterer ligeledes en ekspansiv relationel attributiv intensiv

beskrivende proces. Processen kan ses ud fra anvendelsen af det personlige pronomen 'du' som bærer, der relateres til 'er' overfor attributten 'MAYDAY FILMs nye kreative projektudvikler'. Processen bidrager dermed til at skabe en relation mellem afsender, Mayday Film, og læseren af jobopslaget. Relationen bliver endvidere understøttet af, at overskriften er udformet som et spørgsmål samt, at spørgsmålet direkte henvender sig til læseren ved at anvende formuleringen: 'er du?'. Spørgsmålet kan endvidere betragtes som relationsskabende, da det fordrer, at læseren skal besvare dette. Dermed kan der i overskriften ses en relationsdiskurs. Ydermere kan relationsdiskursen bidrage til at jobopslag fremstår uformelt.

Det næste tekststykke, i jobopslaget, indledes med to mentale processer:

"MAYDAY FILM vil skabe en udviklings- og talentgruppe i vores Odense-afdeling. Derfor søger vi mediefolk – gerne nyuddannede - som brænder for corporate storytelling, branded content og content marketing. Du er god til at få idéer og finde vinkler på film, som vi kan sælge til og producere for større virksomheder og organisationer. Vi vil fremover i højere grad selv skabe unikke film-projekter, som giver merværdi for udvalgte kunder. Dem skal du være med til at kreere og sælge. Du kommer til at indgå i et team af erfarne producere fra vores afdelinger i Odense, Aalborg og København".

Den første mentale proces er en mental intentionel proces. Processen udledes af 'Mayday Film' der sanser, intentionen 'vil skabe' fænomenet 'en udviklings- og talentgruppe i vores Odense-afdeling'. Den næste mentale proces, der forekommer i tekststykket, tager form af en mental affekt proces. Denne proces udledes endvidere af en aktiv materiel proces. I denne proces anvendes formuleringen: 'derfor søger vi', til at henvise tilbage til Mayday Film, som dermed betegnes som aktøren. Den materielle handling udføres ved 'søger' og retter sig mod målet 'mediefolk'. Den Materielle proces leder dermed til den anden mentale proces, som findes i tekststykket. Der er i denne sammenhæng tale om en mental affektiv proces, der udledes af 'mediefolk' som sanser affektionen, 'brænder for' fænomenet *corporate storytelling, branded content og content marketing*. Ovenstående processer bidrager til, at Mayday Film kan positionere sig i forhold til

læseren. Dette ved at en ny medarbejder skal træde ind i en stilling for at udføre et stykke arbejde, der i sidste ende skal bidrage til, at Mayday Film kan virkeliggøre deres intentioner. Dermed kan det antages, at en ny medarbejder vil blive anset som et redskab til, at Mayday Film kan skabe udviklings- og talentgruppen. Denne positionering danner grundlaget for, at der kan ses en positioneringsdiskurs. Positioneringsdiskursen underbygges endvidere af, at der i tekststykket ligeledes forekommer overleksikalisering. Overleksikaliseringen dannes ud fra anvendelsen af fagudtrykkene *'mediefolk'*, *'corporate'*, *'storytelling'*, *'branded content'*, *'content marketing'* og *'producere'*. I henhold til at Mayday Film har valgt at præsentere de engelske betegnelser for fagudtrykkene frem for de danske, kan der endvidere findes en internationaliseringsdiskurs. Ligeledes knytter fagudtrykkene sig til det kommunikationsfaglige felt og herunder til mediebranchen, hvorfor der kan ses en fagdiskurs. Fagdiskursen bidrager dermed til, at Mayday Film kan positionere sig i forhold til det kommunikationsfaglige felt samt mediebranchen.

I tekststykket findes der ligeledes en ekspansiv relationel attributiv intensiv beskrivende proces, der kommer til udtryk i sætningen: *"Du er god til at få idéer og finde vinkler på film"*. Processen danner dermed grundlaget for en identitetspåbyggelse af læseren i form af, at læseren nødvendigvis skal være *'god til at få ideer og finde content'* i henhold til at gøre sig forhåbninger om at komme i betragtning til stillingen. Denne proces bidrager dermed til, at der kan ses en overordnet magtdiskurs. Magtdiskursen understøttes endvidere af den følgende formulering: *"som vi kan sælge til og producere for større virksomheder og organisationer"*. Det fremgår dermed, at en ny medarbejder ligeledes i denne sammenhæng kan betragtes som et redskab, som Mayday Film kan anvende i henhold til at nå deres mål. Når Mayday Film vælger at positionere sig selv overfor læseren på denne måde, kan der opstå et ulige magtforhold, hvor Mayday Film fremstår som de mest magtfulde i henhold til læseren. Ydermere kan anvendelsen af det personlige pronomen *'du'* overfor *'vi'* i denne sammenhæng bidrage til, at Mayday Film kan distancere sig fra læseren. Distanceringen bidrager endvidere til den opfattelse af, at Mayday Film søger en medarbejder, der skal udføre et stykke arbejde, som Mayday Film kan drage fordel af uden nødvendigvis at inkludere medarbejderen i fortjenesten. Dermed kan der i tekststykket ligeledes findes en distanceringsdiskurs, som understøtter den overliggende magtdiskurs.

Ligeledes kan følgende formulering også bidrage til det ulige magtforhold, som optræder i tekststykket: *"Du kommer til at indgå i et team af erfarne producere"*. I henhold til denne

formulering optræder magtforholdet, idet det præsenteres for læseren, at han/hun vil indgå i et team med *'erfarne producere'*. Årsagen til at indeværende formulering repræsenterer et ulige magtforhold, skyldes, at en ny medarbejder ofte vil tage lidt tid om at finde sig tilrette i en ny stilling, hvorfor det dermed kan forekomme intimiderende, når Mayday Film vælger at pointere, at der er tale om erfarne producere. Derudover kan anvendelsen af verbet skulle i bydeform: *'dem skal du'* bidrage til at understøtte det ulige magtforhold, der optræder i jobopslaget.

Det næste tekststykke omhandler om underoverskriften indikerer, hvilken profil Mayday Film søger:

"Profil: Du er en kreativ, udadvendt og engageret idémaker. Dit udgangspunkt kan både være journalistik, kommunikation, reklame eller noget helt andet. Idé og fortælling er din styrke. Og din erfaring med produktion af film og video kan gøre idéerne til virkelighed".

Der forekommer i tekststykket flere eksempler på ekspansive relationelle attributive intensive beskrivende processer. Processerne optræder i forbindelse med, at afsender præsenterer de kvalifikationer, som de søger hos en ny medarbejder. Et eksempel på ovenstående proces optræder i formuleringen: *"Du er en kreativ, udadvendt og engageret idémaker"*. I eksemplet findes processen, idet *'du'* relaterer til *'er'* i henhold til at være en *'udadvendt og engageret idémaker'*. Dermed bidrager processen til, at der pålægges læseren nogle bestemte kvalifikationer, som nødvendigvis må imødekommes. Det kan endvidere antages, at hvis ikke disse kvalifikationer imødekommes vil ansøgeren ikke blive taget i betragtning til stillingen. Dermed må det formodes, at disse kvalifikationer nærmere skal anses som en række krav til en ny medarbejder. I henhold til dette kan der således ses en magtdiskurs i tekststykket. Magtdiskursen kan endvidere ses på baggrund af en underliggende identitetsdiskurs. Identitetsdiskursen ses endvidere ud fra den identitetspåbyggelse af en ny medarbejder, som ovenstående kvalifikationer/krav nødvendigvis må medføre. I indeværende tekststykke optræder der ligeledes et led i en leksikalsk kæde. Ledet i den leksikalske kæde dannes ud fra anvendelsen af fagudtrykkene *'journalistik'*, *'kommunikation'* og *'reklame'*. Den leksikalske kæde kobles endvidere til forekomsten af overleksikalisering i ovenstående tekststykke. Forekomsten af leksikalisering i tekststykket knytter sig endvidere til en

positioneringsdiskurs. Positioneringsdiskursen kan ses eftersom, at Mayday Film via de kommunikationsfaglige udtryk positionerer sig selv i henhold til netop det kommunikationsfaglige felt.

Det næste tekststykke tager som underoverskriften indikerer udgangspunkt i, hvad Mayday Film tilbyder en ny medarbejder:

*“Vi tilbyder dig: Gode kolleger, som altid er klar til gensidig sparring.
Selvstændige opgaver. Gode muligheder for faglig og personlig udvikling.
Godt socialt sammenhold”.*

Tekststykket indledes endvidere med en aktiv materiel handling i form af aktøren ‘vi’, der udfører handlingen ‘tilbyder’, hertil opstilles endvidere en række mål overfor beneficianten ‘dig’. I takt med at der her er tale om en aktiv handlingsproces kan formuleringen fremstå som en direkte henvendelse fra afsender til modtager. Derudover bidrager anvendelsen af ‘vi’ over for ‘dig’ ligeledes til, at der gennem formuleringen skabes kontakt mellem afsender og læser. Dermed kan der i tekststykket ses en relationsdiskurs. I henhold til de beskrivelser af hvad Mayday Film tilbyder, kan ordvalget i denne sammen bidrage til en identitetspåbyggelse. Denne kan opstå, idet der anvendes formulering såsom: *“gode kolleger”, “gode muligheder for faglig og personlig udvikling”* og *“godt socialt sammenhold”*. Årsagen, til at der i indeværende formuleringer kan forekomme en identitetspåbyggelse, grunder i, at det normalt er en individuel vurderingssag, hvad der eksempelvis udgør en god kollega eller et godt socialt sammenhold. Identitetspåbyggelsen opstår dermed, når Mayday Film præsenterer disse forhold som værende gode baseret på deres egne vurderinger/opfattelser. Som ny medarbejder må man derfor nødvendigvis følge denne vurdering/opfattelse i henhold til at kunne finde sig tilrette i stillingen hos Mayday Film. Dermed kan der for tekststykket ligeledes ses en magtdiskurs.

I det næste tekststykke forekommer der, som underoverskriften indikerer, en præsentation om, hvem Mayday Film er:

“Hvem er Mayday Film? Mayday Film producerer corporate video og reklamefilm fra idé til færdig film og arbejder således med idé- og konceptudvikling, manuskript, storyboards samt selve produktionsfasen med optagelser, klip, grafik og lyd. Mayday Film er søsterselskab til TV-produktionsselskabet STV. Vi er 25 medarbejdere i vores tre afdelinger i Odense, København og Aalborg. Mayday Films producere, instruktører, fotografer, klippere og grafikere elsker at lave film, og har ambitioner om at producere flotte og effektive film sammen med vores kunder. Vi råder over vores eget produktionsudstyr inklusiv kameraer, studier, droner, redigeringssuiter samt grafiske postproduktionsfaciliteter. Blandt de større kunder, vi har lavet film for er BMW, Microsoft, Jyske Bank, Ørsted (Dong Energy), Danfoss, Legoland, MATAS, Bunker Holding, BESTSELLER, AIDS-Fondet– samt flere reklamebureauer”.

Indeværende tekststykke indledes endvidere med en aktiv materiel proces. Processen tager afsæt i aktøren ‘Mayday Film’, der udfører handlingen ‘producerer’ i henhold til målet ‘corporate video og reklamefilm (...)’. Processen kan bidrage til at understøtte, at indholdet i afsnittet udelukkende fokuserer på Mayday Film som afsender. Dette øgede fokus på Mayday Film, som afsender af jobopslaget bidrager endvidere til, at Mayday Film kan positionere sig overfor læseren. Dermed kan der i tekststykket ses en positioneringsdiskurs. Positioneringsdiskursen understøttes ligeledes af, at der i tekststykket optræder overleksikalisering i henhold til anvendelsen af fagudtryk. De mange forekomster af fagudtryk danner grundlaget for, at der kan ses en fagdiskurs. Førnævnte overleksikalisering dannes ud fra 26 anvendelser af fagudtryk i ét tekststykke. Positioneringsdiskursen kan endvidere understøtte, at der kan ses en overliggende magtdiskurs i tekststykket. Magtdiskursen kan ses ud fra blandt andet det øgede selvfokus, som præsenteres i tekststykket. Derudover kan magtdiskursen ses af Mayday Films valg om at opliste de større kunder, de har arbejdet for: “BMW, Microsoft, Jyske Bank, Ørsted (Dong Energy), Danfoss, Legoland, MATAS, Bunker Holding, BESTSELLER, AIDS-Fondet– samt flere reklamebureauer”. Præsentationen af Mayday Films forhenværende kunder kan anskues som et forsøg på at fremstille Mayday Film, som værende nogle af de bedste inden for mediebranchen. Dog kan dette medføre, at læserne af jobopslaget kan

føle sig intimiderede af Mayday Film, hvilket ligeledes bidrager til det gennemgående ulige magtforhold, som optræder i jobopslaget.

Det afsluttende tekststykke som optræder i jobopslaget tager, som underoverskriften indikerer, afsæt i formalia i henhold til ansøgningsprocessen:

“Ansøgning: Det er OK at skrive til os, men du skal også aflevere hele eller dele af din ansøgning i form af en video, som giver et billede af dig som person, og hvad du kan byde ind med. Du behøver ikke at skyde den med Arri Amira - en mobilvideo er også i orden. Mail ansøgningen inden 30. april: nykollega@maydayfilm.dk”.

Den første sætning i dette tekststykke indledes med formuleringen *“det er OK at skrive til os”*. Anvendelsen af *‘OK’* kan i denne sammenhæng antages at være mindre positivt ladet.

Dette til trods for at OK er en betegnelse for at noget er i orden, så anvendes det ofte i sammenhænge, hvor det ikke nødvendigvis det bedste. Dermed må det formodes, at når Mayday Film siger, at det er OK at skrive til dem, så ser de egentlig helst, at man som ansøger undlader at gøre dette. Derimod fordrer Mayday Film, at ansøgeren: *aflevere hele eller dele af din ansøgning i form af en video, som giver et billede af dig som person, og hvad du kan byde ind med*. Dermed kan ovenstående formulering anskues som et decideret krav til ansøgningsprocessen. Det samme forhold gør sig ligeledes gældende i følgende formulering: *Du behøver ikke at skyde den med Arri Amira - en mobilvideo er også i orden’*, hvor Mayday Film har valgt at anvende *‘i orden’*. Anvendelsen af *‘i orden’* kan ligesom anvendelsen af OK fremstå som en måde, hvorpå Mayday Film forsøger at fortælle læseren, at de foretrækker både, at ansøgere ikke skriver til dem, og at det vil være bedst, hvis der ikke optages med et mobilkamera.

Dermed kan der i dette tekststykke ligeledes ses en magtdiskurs, idet et sådant krav fra afsender bidrager til at styrke det ulige magtforhold mellem afsender og læser. I ovenstående sætning anvendes der ligeledes et fagudtryk *“Arri Amira”*, som primært gør sig gældende for mediebranchen. Anvendelsen af *‘Arri Amira’* bidrager til, at der i tekststykket kan ses en

distanceringsdiskurs. I henhold til at mediebranchen befinder sig inden for det kommunikationsfaglige felt, kan anvendelsen af '*Arri Amira*' dog bidrage til at ekskludere personer med en kommunikationsfaglig baggrund. Eksempelvis måtte vi som kommunikationsstuderende slå ordet op for at forstå formuleringens betydning. Vi bliver dermed, som kommunikationsfaglige ekskluderet fra teksten til trods for, at denne befinder sig inden for vores fagfelt.

4.3. Diskursiv praksis

Følgende afsnit vil, tage afsæt i en analyse af den diskursive praksis. Vi vil undersøge, hvilke temaer og diskurstyper (diskurser og genrer) der kommer til udtryk i teksterne i henholdsvis analyse del 1 og 2. I denne forbindelse vil vi diskutere diskursernes indbyrdes positionering i teksterne, herunder blandt andet forekomsten af hegemoniske kampe. Derudover vil vi i de diskursive praksisser for analyse del 1 og 2 undersøge, hvorledes der optræder interdiskursivitet.

Vi vil undersøge dette for efterfølgende at sammenholde, hvorledes disse diskurstyper bidrager til at konstruere eller reproducere de allerede etablerede diskursordner. Vi vil dermed, i dette afsnit, søge at hæve analysen op fra det tekstnære niveau til det diskursive niveau. Den diskursive praksis vil blive inddelt i tre dele. Første del tager afsæt i den diskursive praksis for analyse del 1. Anden del tager afsæt i den diskursive praksis, der kan udledes for analyse del 2.

Den tredje og sidste del vil tage afsæt i en samlet diskursiv praksis, som kan udledes af de to foregående diskursive praksisser for de to tekstnære analyser. Vi vil ligeledes i den tredje del blandt andet undersøge, hvorledes der kan identificeres interdiskursivitet mellem de to typer tekst.

4.3.1. Diskursiv praksis for analyse del 1

4.3.1.1. Kontekst

Alle tre interviewpersoner italesætter en praksisdiskurs, som vi også kalder en arbejdsmarkedsdiskurs. Arbejdsmarkedsdiskursen optræder idet alle tre interviewpersoner, både implicit og eksplicit fremsætter en skarp opdelt og tydelig separat praksis, med sine egne processer og normer, som er skjulte for de dem, der står udenfor. Alle tre interviewpersoner ytrer, at deres ønske er, at træde ind i denne praksis og blive en del af den, men at det kræver nogle specifikke forhold, og at der også er nogle forhindringer, som forhindrer dem i dette. Idet alle tre interviewpersoner italesætter samme diskurs, ser vi i dette tema en høj grad af interdiskursivitet. Første interviewperson udtaler, at for at kunne blive en del af arbejdsmarkedet, kræver det en form for indsigt i de skjulte og underliggende processer, som denne praksis er udgjort af. Hun beskriver, hvorledes deltagelse i karrieremessen fungerer som en metode til, at udenforstående for praksis kan få et lille indblik i den, da denne indsigt kan ses som værende essentiel for indtrædelse på arbejdsmarkedet. Interviewperson 2 italesætter, i modsætning til de andre, de forhindringer han møder i henhold til at blive en del af arbejdsmarkedet. Han giver udtryk for en konkurrencediskurs, hvor det som konkurrencen bygger på, er egenskaben erfaring. Gennem hans beskrivelser får vi indblik i, hvordan praksis uden for arbejdsmarkedet er formet diskursivt. Interviewperson 3 har fokus på at italesætte arbejdsmarkedsdiskursen, og fremhæver især en skjult praksisdiskurs, idet hans iagttagelser har fokus på, at man som udefrakommende ikke har mulighed for at få et klart og retvisende indblik i de processer og forhold, som praksis er underlagt.

I temaet kontekst ser vi dermed en høj interdiskursivitet mellem interviewene, idet interviewpersonerne alle italesætter arbejdsmarkedsdiskursen. De anvender de omkringliggende diskurser for arbejdsmarkedetsdiskursen til enten at etablere dens synlighed, her ved den skjult praksisdiskurs, eller ved at beskrive de forhold som kræves for at kunne træde ind i denne praksis via indsigtssdiskursen og erfaringsdiskursen. Konkurrencediskursen bruges til at italesætte forholdet mellem Millennials udenfor arbejdsmarkedet.

4.3.1.2. Åbenhed

Temaet åbenhed har til formål at undersøge, hvordan interviewpersonerne italesætter deres åbenhed omkring jobsøgningsprocessen, og hvordan dette diskursivt kommer til udtryk. Det er få

af interviewpersonerne, der klart fremlægger, hvor åbne de er omkring deres jobsøgningsproces, og vi kan identificere flere forskellige diskurser under dette tema. Interviewperson 1 beskriver, hvorledes hun og hendes venner hjælper hinanden ved at dele erfaringer. Hun beskriver, hvordan de ældre hjælper de nye, hvorfra vi har udledt en solidaritetsdiskurs. Selvom hun også angiver en konkurrencediskurs, anvender hun sproglige midler, til at italesætte at solidaritetsdiskursen er stærkest, og den derfor har hegemoni i hendes udtalelse for dette tema.

Interviewperson 2 udtaler først en lukkethed omkring sin jobsøgningsproces. Efterfølgende identificerede vi dog en indsigtsskurdiskurs, idet interviewpersonen beskriver, at han er blevet placeret i en international projektgruppe, der er et tiltag fra jobcenteret, da han er jobsøgende. Her har han mulighed for sparring omkring jobsøgningsprocessen og dermed mulighed for indsigt i, hvordan andre agerer i denne proces. I hans italesættelse af, om denne sparring fra den internationale projektgruppe er anvendelig, fremsætter han en nationalitetsdiskurs, som er formende for arbejdsmarkedsdiskursen, idet at han giver udtryk for at han ikke finder denne sparring anvendelig da arbejdsmarkedet som praksis er underlagt en national afgrænsning betyder dette, at han ikke finder denne sparring brugbar, da deres arbejdsmarkedspraksis er underlagt andre nationale afgrænsninger. Dermed kan han ikke bruge deres sparring i jobsøgningsprocessen, da deres arbejdsmarkedspraksis er underlagt andre forhold, som er formende for praksis. Interviewperson 3 er mere klar omkring sin åbenhed omkring jobsøgningsprocessen, men italesætter dog, at den har ændret karakter efter han ansættelse hos a-kassen CA. Vi identificerer her en formalitetsdiskurs, som bruges omkring, hvordan samtalen mellem ham og hans venner har ændret format, efter at han har fået det nye job. Videre udtrykker han, at formålet med sparringen omkring jobsøgningsprocessen er at dele erfaringer og hjælpe med, hvordan de skal agere, for at kunne træde ind på arbejdsmarkedet. Vi identificerede på baggrund af dette en arbejdsmarkedsdiskurs, med en underliggende indsigtsskurdiskurs, da indsigt blev beskrevet som en metode, til at kunne træde ind på arbejdsmarkedet. Ud fra beskrivelserne af, hvorfor denne sparring omkring jobsøgningsprocessen er så vigtigt, identificerede vi en ekskluderingsdiskurs. Vores interviewperson udtrykker, at grundlaget for adfærden er præget af frygt for ikke, at kunne blive en del af arbejdsmarkedet. Ekskluderingen fra arbejdsmarkedet vil endvidere kunne medføre negative konsekvenser i form af både praktiske forhold så som usikkerhed omkring bolig og økonomi, samt mere personlige forhold som identitet, selvforståelse, og formål. Vi vurderer, at disse forhold spiller

ind i henhold til, hvordan vi opfatter os selv, og en ekskludering fra arbejdsmarkedet kan derfor have en negativ indflydelse på vores selvopfattelse, hvorfra vi identificerede en selvopfattelsesdiskurs.

I dette tema var interdiskursiviteten lav, da der ikke var mange af diskurserne som var fælles for vores interviewpersoner. Det var kun indsigtssdiskursen, der gik igen hos to interviewpersoner. Nogle af diskurserne omhandlede, hvordan praksis for selve jobsøgningen er diskursivt konstrueret, og blev udgjort af solidaritets-, konkurrence-, indsigts-, og formalitetsdiskursen. I henhold til, hvordan arbejdsmarkedsdiskursen er formet og afgrænset, anvendes i stedet nationaldiskursen. Som modsætning til arbejdsmarkedsdiskursen identificerede vi ekskluderingsdiskursen, der anvendes til at udtrykke, hvorledes det er at stå uden for arbejdsmarkedet som praksis. Som en sidepåvirkning af denne ekskluderingsdiskurs, identificerede vi selvopfattelsesdiskursen, eftersom at være en del af arbejdsmarkedet og det at stå udenfor begge havde en indflydelse på selvopfattelsesdiskursen.

4.3.1.3. Afsender

Temaet afsender har til formål at undersøge forholdet mellem virksomhederne som afsender af jobopslagene, og Millennials' italesættelse af dette forhold.

Interviewperson 1, fremsætter indledningsvis en differentieringsdiskurs, som vi identificerede ud fra hendes beskrivelse af, hvorledes virksomhedernes krav til nye medarbejdere differentieres, alt efter de krav den givne stilling fordrer. Videre anvender hun en egenskabsdiskurs, idet hun fremsætter, at der er nogle egenskaber, der er fremhævet, som positive og mere ønskede, hvis man for virksomhederne skal fremstå attraktiv. Hun italesætter en af disse egenskaber som vægt, hvilket vi identificerer som en fysisk udseendediskurs.

Ud fra interviewperson 2's udtalelser identificerede vi også en erfaringsdiskurs, idet han udtaler, at han oplever en positiv reaktion fra virksomheder, når han fortæller om sin erfaring. Han anfører efterfølgende en idealtypediskurs, i sin fremstilling af forskellige karaktertræk og adfærdsmønstre, hvori han anvender idealtypediskursen, i beskrivelsen af en person som indeholder disse faktorer. Derfor identificerer vi en adfærdsdiskurs og en egenskabsdiskurs underliggende til idealtypediskursen. I begrundelsen for hvorfor han italesætter, at virksomhederne søger denne ideelle kandidat, identificerer vi både en arbejdsmiljødiskurs og en økonomidiskurs. Vi

vurderer at han fremstiller begge disse diskurser, som begrundelse for at vælge den ideelle kandidat.

I interviewperson 3's besvarelse af hvad virksomheder lægger vægt på ved ansættelse af nye medarbejdere, identificerede vi en egenskabsdiskurs med underliggende faglighedsdiskurs og personlighedsdiskurs. Ud fra den sproglige fremstilling af faglighedsdiskursen tilegns den højst tilslutning og opnår derfor hegemoni over personlighedsdiskursen, som bliver underliggende. Afslutningsvis anfører han også arbejdsmiljødiskursen i begrundelsen for, hvorfor faglighedsdiskursen er vigtig for virksomhederne.

Der er en høj grad af interdiskursivitet indenfor dette tema da mange af de samme diskurser går igen hos interviewpersonerne. Selvom interviewperson 1 udtrykker, at hun tror, at virksomhedernes krav er underlagt en differentieringsdiskurs, som er bestemt af stillingens krav, identificerer vi dog efterfølgende en egenskabsdiskurs med en underliggende fysisk udseendediskurs, idet at det i hendes udtalelse fremgår, at denne egenskab, her fysisk udseende, er noget, virksomhederne prioriterer. Interviewperson 2, nævner erfaringsdiskursen omkring det, som virksomhederne vægter, og herefter identificerer vi en idealtypediskurs, der indeholder både adfærd og egenskaber som virksomhederne går efter. Hos interviewperson 3 identificerer vi også denne egenskabsdiskurs, her er både faglighedsdiskursen og personlighedsdiskursen underliggende. Ud fra sproglige virkemidler italesættes en større tilslutning og fokus på faglighedsdiskursen, som vinder hegemoni over personlighedsdiskursen. Derfor kan vi konkludere, at der er enighed blandt interviewpersonerne om, at virksomhederne har nogle krav og ønsker til egenskaber, når de skal finde nye medarbejdere.

Både interviewperson 2 og 3 anvender en arbejdsmiljødiskurs, som begrundelse for, at disse egenskaber er vigtige for virksomhederne, når de søger nye medarbejdere. Dog anvender interviewperson 2 også en økonomidiskurs, i hans italesættelse af begrundelsen for virksomhedernes fokus på bestemte egenskaber hos nye ansatte.

4.3.1.4. Forståelse af arbejde

I temaet, forståelse af arbejde, er vi interesserede i, at finde ud af, hvordan Millennials diskursivt italesætter deres forståelse af det, at have et arbejde.

Ud fra interviewperson 1's besvarelser, identificerer vi tre overordnede diskurser. Som det første hos interviewperson 1, identificerer vi en økonomidiskurs, ud fra hendes italesættelse af, hvad et arbejde betyder for hende. Efterfølgende identificerer vi også ud fra sproglig udformning en formålsdiskurs, med en underliggende selvopfattelsesdiskurs, idet hun anfører, hvorledes det at have et formål med livet, påvirker ens forståelse og opfattelse af sig selv. Som det sidste identificerede vi en sikkerhedsdiskurs, der fremgik af hendes udtalelse om at ville opfylde de menneskelige basale behov.

Økonomidiskursen går igen hos interviewperson 2, ved at han udtrykker et ønske om at ville tjene penge for at forsørge sin familie. Hos interviewperson 3 identificerer vi en overordnet selvscenesættelsesdiskurs, da han anvender sproglige virkemidler, hvori denne diskurs optræder. Selvom vi sideløbende, i samme, udtalelse også identificerer en økonomidiskurs, kan der i udtalelsens sproglige udformning, findes en større tilslutning til selvscenesættelsesdiskursen, hvilket gør, at den vinder hegemoni over økonomidiskursen.

Der kan for dette tema ses en høj grad af interdiskursivitet mellem interviewene, da vi hos alle interviewpersoner kunne identificere en økonomidiskurs. Selvom økonomidiskursen bliver overgået af selvscenesættelsesdiskursen hos interviewerson 3, kan dens hyppige forekomst være med til at styrke dens position, sådan at den faktisk opnår hegemoni indenfor temaet, forståelse af arbejde, grundet den høje grad af interdiskursivitet.

4.3.1.5. Generation

Temaet generation skal give os indblik i, hvordan Millennials diskursivt beskriver dem selv som gruppe.

Den første diskurs vi identificerer hos interviewperson 1, er en økonomidiskurs, som fremkommer ved hendes italesættelse af et ekstra fokus på økonomiske midler. Efterfølgende for hendes beskrivelse af Millennials med tre ord, identificerer vi en overordnet negativitetsdiskurs, idet at de fremsatte egenskaber alle har et negativt grundlag. I henhold til negativitetsdiskursen, kan vi også udlede en ekskluderingsdiskurs, da vi antager, at negativitetsdiskursen kan medføre ekskludering fra arbejdsmarkedet.

Hos interviewperson 2 identificerer vi en formålsdiskurs ved, at han beskriver at Millennials ønsker at gøre en forskel. I hans fremstilling af de tre ord omkring Millennials,

identificerer vi en overordnet identitetsdiskurs, eftersom at disse ord skal ses som en fremhævelse af de faktorer som udgør Millennials' identitet. I denne italesættelse fremkommer en flittigheds-, alsidigheds- og en utålmodighedsdiskurs.

For interviewperson 3 identificerer vi, som det første en sikkerhedsdiskurs, der anvendes i beskrivelsen af at have jobsikkerhed. Efterfølgende identificerer vi både en statiskdiskurs og en dynamiskdiskurs, hvor den statiskdiskurs anvendes omkring beskrivelse af adfærden for vores forældres generation, og den dynamiskdiskurs anvendes omkring beskrivelsen af adfærden for Millennials. Da vores fokus er på Millennials og deres forståelse af sig selv, er det derfor den dynamiskdiskurs, som spiller ind i denne diskursive praksis.

I interviewperson 2's udtalelse omkring det at være arbejdsløs, identificerer vi en ekskluderingsdiskurs, idet han fortæller, hvorledes arbejdsløshed ekskluderer ham fra gruppen, som her benævnes som "kammerater". Underliggende til denne ekskluderingsdiskurs, anvendes både en tabudiskurs og en lukkethedsdiskurs. Tabudiskursen nævnes i omtalen af det at være ekskluderet fra gruppen, ved at være er arbejdsløs. Lukkethedsdiskursen ses i udtalelsen om, at arbejdsløshed ikke er noget, som man taler om. Som følge af denne italesættelse af arbejdsløshed identificerer vi også en selvscenesættelsesdiskurs og en selvopfattelsesdiskurs, idet interviewpersonen beskriver arbejdsløshed som et forhold der har betydning for ens selvscenesættelse, altså det man viser udadtil, men også den selvopfattelse man kan have af sig selv. Ved at se på de tre ord om Millennials, identificerede vi en identitetsdiskurs, hvor ordene i sig selv også udgør diskurserne: forkæletheds-, ambitiøs-, og digitaliseringsdiskurs.

Hver interviewperson anvender først forskellige diskurser i beskrivelse af, hvad et arbejde betyder for Millennials, her økonomi-, formåls- og sikkerhedsdiskurs. 2 af interviewpersonerne anvender efterfølgende ekskluderingsdiskursen. Den første anvender den i forlængelse af de tre ord, som hun fremsætter om Millennials. Hun anvender ord, hvori vi identificerer en negativitetsdiskurs, da ordene har et negativt aspekt. Dette medførte en identificering af ekskluderingsdiskursen, da vi vurderede, at disse egenskaber ikke var nogle, man kunne ønske for en ny medarbejder. Vi identificerede ekskluderingsdiskurs i interviewperson 3's udtalelse, som et forbehold for den dynamiskdiskurs, eftersom at han italesætter Millennials som dynamiske, ønsker de stadig ikke at blive ekskluderet fra arbejdsmarkedet. I beskrivelsen omkring arbejdsløshed identificerede vi en

tabudiskurs og en lukketheddiskurs, som begge er med til at beskrive, hvordan samtalen omkring arbejdsløshed er diskursivt forankret.

Idet vi stiller de samme spørgsmål omkring beskrivelse af identificerende egenskaber omkring Millennials til alle 3 interviewpersoner, giver det sig selv at identitetsdiskursen, vil gå igen hos alle 3 interviewpersoner. Der er dog forskel på hvilke diskurser interviewpersonerne bruger til at beskrive Millennials. Hvor første interviewperson anvender ord, hvori vi identificerer en negativitetsdiskurs optræder denne ikke i forbindelse med ordene fra de andre interviewpersoner. Der kan endda ses overlapning, hvor vi mener at flittighedsdiskursen fra interviewperson 2, kan ses som have samme betydning som ambitiøsdiskursen fra interviewperson 3.

4.3.1.6. Fremtiden

Temaet fremtid har i interviewet til formål at få interviewpersonerne til at reflektere over fremtiden, og hvorledes de mener, at denne vil blive diskursivt konstitueret. Hos alle 3 interviewpersoner identificerer vi en digitaliseringsdiskurs. Vi vurderer derfor, at der er høj interdiskursivitet indenfor dette tema. Vi identificerede digitaliseringsdiskursen ud fra interviewperson 1's nævnelse af digitaliseringen af både jobopslagets form, fra fysisk papir eller mail til videoansøgninger, og distribueringskanalen for af jobopslaget, til at foregå via nettet.

Interviewperson 2 italesætter ligeledes en digitaliseringsdiskurs, hvorom han nævner en digitaliseringen af rekrutteringsprocessens placering og kanal. Vi identificerede en digitaliseringsdiskurs hos interviewperson 3, hvori han fremstillede en ændring i udtrykket face-til-face, hvor meningen er ændret fra at betyde et fysisk møde, til nu at være medieret gennem digitale medier som Skype.

Hos interviewperson 1 identificerede vi yderligere en udseendediskurs og en personlighedsdiskurs i hendes omtale af fordele og ulemper ved den øgede digitalisering. Udseendediskursen optræder to gange. Første gang nævnes den i forbindelse med omtalesen af fordelene for digitaliseringen, at der her kommer et øget fokus på udseende ved brug af digitale medier i rekrutteringsprocessen. Anden gang optræder den i forbindelse med ulemper ved brug af de digitale medier, da hun italesætter, at denne ændring af medieform kan være med til at forfordele nogle ansøgere frem for andre. Hun beskriver dette med særligt fokus på overvægt.

Personlighedsdiskursen fremkommer også både ved fordele og ulemper for digitaliseringen. Den forekommer ved interviewpersonens italesættelse af fordele, da hun omtaler det som, at de nye medier kan give virksomhederne større indblik i ansøgerens personlighed, hvilket hun sprogligt fremsætter som en fordel. Dog fremtræder den også under ulemper i hendes udtalelser om, at de nye digitale medier kan blive en udfordring for bestemte personlighedstyper, herunder eksempelvis "generte", der ikke anser den digitale udvikling som en fordel. Vi ser derfor en hegemonisk kamp mellem udseendediskursen og personlighedsdiskursen, da de begge anvendes til at fremhæve både fordele og ulemper for digitaliseringen.

Vi identificerer også en personlighedsdiskurs, i interviewperson 2's udtalelse af ulemper ved digitaliseringen. Den fremtræder i hans positive udtryk overfor én personlighedstype, her ekstrovert, og tilkendegiver en skepsis i henhold til, hvis man netop ikke er denne type. Videre i hans beskrivelse af fordele og ulemper identificerer vi en hegemonisk kamp mellem en faglighedsdiskurs og en fysiskdiskurs. Faglighedsdiskursen fremtræder i hans italesættelse af, at hans ordblindhed gør, at han ikke er skriftligt velfunderet. I udtalelsen sættes dette op imod den fysiskdiskurs, som fremtræder i hans positive fremsættelse af, at han er bedre til at formulere sig mundtligt. Ud fra interviewpersonens positive fremstilling af den fysiskdiskurs, vinder den mest tilslutning i udsagnet og dermed hegemoni for denne kamp.

I interviewperson 3's beskrivelse af fordelene for den digitale udvikling identificerer vi en dynamiskdiskurs. Den fremtræder ud fra interviewpersonens italesættelse af en positivitet overfor digitaliseringens forudsætning for mere dynamisk adfærd.

Personlighedsdiskursen er den eneste udover den overordnede digitaliseringsdiskurs, der går igen under dette tema. Her kan dog også ses en relation mellem diskurserne udseende og fysisk, da de begge omhandler et øget fokus på fysisk tilstedeværelse, her i form af fokus på fysisk udseende, og fysisk fremstilling af sig selv.

4.3.2. Kortlægning af diskursiv praksis

Ud fra vores identifikation af de forskellige diskurser for temaerne, kan vi få indblik i, hvordan interviewpersonerne diskursivt kortlægger deres livsverden, altså hvorledes de former og fremsætter diskurserne til at danne et indtryk af, hvordan verden ser ud for dem. For at skabe et

overblik over den diskursive praksis for analyse del 1 har valgt at konstruere en visuelle mappings over diskurserne og de forhold de optræder i, nedenstående temaer. Ud fra den diskursive praksis ses nogle tydelige grupperinger af diskurserne, som vi vælger at give overskrifterne *Livsverden*, *Millennials*, og *Fremtiden*.

4.3.2.1. Livsverden

Som noget af det primære ser vi praksisdiskursen, som også indbefatter arbejdsmarkedsdiskursen, hvor de sammenlagt udgør en separat praksis for sig. Den bliver fremsat som en skjult praksis, hvilket betyder, at de, som står udenfor praksis, ikke kan se ind på de forhold og faktorer, som er på spil inde i praksissen. Nogle af disse faktorer bliver defineret som en arbejdsmiljødiskurs og en økonomidiskurs. Dette er de forhold som vores interviewpersoner italesætter, som værende gældende for praksis. Nationalitetsdiskursen bliver også anvendt i forbindelse med italesættelse af praksis, men hvor de to andre er forhold, som indgår i arbejdsmarkedet, er nationaldiskursen med til at forme praksis, det vil sige, at nationaliteten er med til at udforme og påvirke, hvordan forholdene inde i praksis ser ud. Det betyder derfor også, at vi ud fra vores analyse kan antage, at alle lande har deres egen praksis for arbejdsmarkedet, hvor der gælder specifikke forhold og faktorer.

Omkransende arbejdsmarkedsdiskursen, finder vi ekskluderingsdiskursen. Denne blev beskrevet af interviewpersonerne, og er betegnelsen for, når man befinder sig udenfor arbejdsmarkedet. Der er flere diskurser, som er underliggende til ekskluderingsdiskursen, her negativitets-, tabu- og lukkethedsdiskursen. Negativitetsdiskursen og tabudiskursen bruges i italesættelsen af, hvordan man forstår det at være en del af ekskluderingsdiskursen, hvor lukkethedsdiskursen anvendes i beskrivelsen af, man ikke ønsker at tale om det at være ekskluderet.

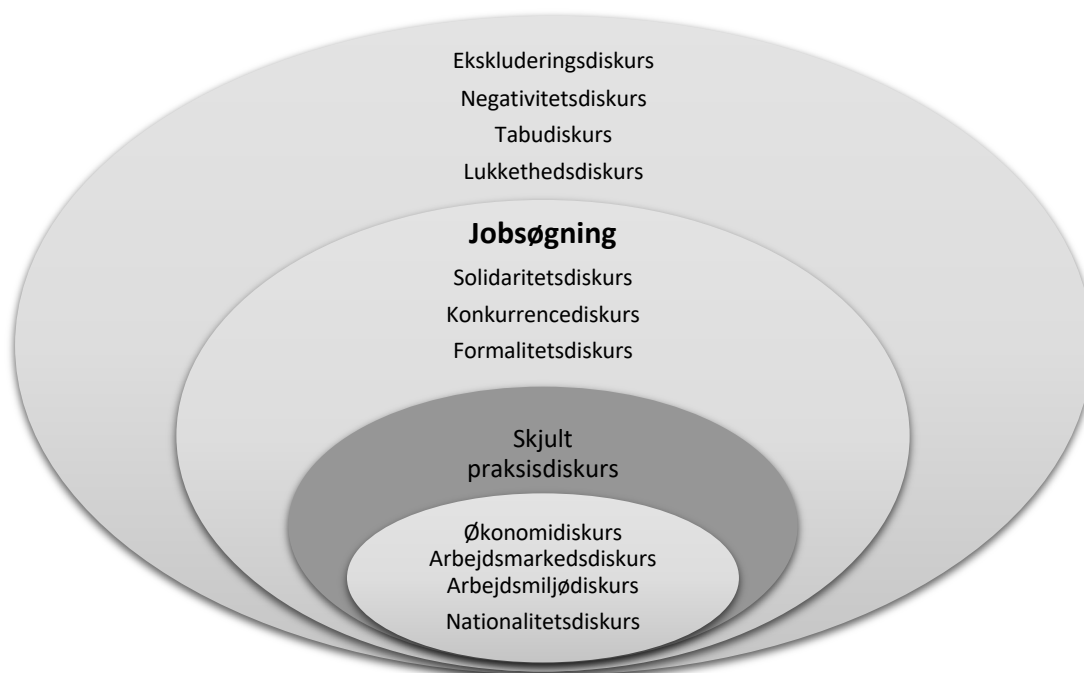
Inderst ved arbejdsmarkedsdiskursen hersker der dog nogle andre diskurser, som ikke er gældende for ekskluderingen, men som stadig ikke er en del af arbejdsmarkedet. Det kan vurderes, at disse befinder sig indenfor et felt, som vi vælger at kalde jobsøgningsprocessen. Det er stadig en del af ekskluderingen udenfor arbejdsmarkedet, men den forankres diskursivt anderledes end ekskluderingen. I feltet hersker diskurserne solidaritet-, konkurrence- og formalitetsdiskurs. Solidaritetsdiskursen og konkurrencediskursen anvendes i italesættelsen af de forhold, som

forankres i denne mellemzone, hvor formalitetsdiskursen fremsætter, hvorledes der kommunikeres indenfor denne mellemzone.

Ud fra interviewpersonernes beskrivelser, identificerer vi, at der er nogle diskurser, der bliver fremsat som værende adgangsgivende for at kunne træde ind i arbejdsmarkedsdiskursen. Disse diskurser er underlagt en overordnet egenskabsdiskurs, hvor indsigts-, erfarings-, fysiskudseende-, fagligheds- og personlighedsdiskursen indgår i. Over egenskabsdiskursen vurderer vi, at idealtypediskursen træder ind, hvor den både dækker over adfærdsdiskursen og egenskabsdiskursen, som igen fungerer som paraplydiskurs for de ovennævnte egenskabsdiskurser. Vi vurderer, at idealtypediskursen fungerer, som en overordnet diskurs for egenskabs- og adfærdsdiskurserne da den fremsætter, at der er visse træk, både personlighed og adfærd, der ses som værende ideelle, for at kunne indtræde på arbejdsmarkedet.

Ud fra denne diskursive kortlægning af interviewpersonernes livsverden, vurderer vi, at der er en stor diskurs, som er gældende for struktureringen af denne livsverden, som dog ikke kan identificeres i lokal praksis. Denne diskurs, som vi kan identificere ud fra den diskursive kortlægning, er en magtdiskurs. Vi ser et afgørende magtperspektiv, som er styrende og konstituerende for denne anskuelse af livsverdenen, idet virksomhederne, som befinder sig inde i arbejdsmarkedets-praksissen, afsendere af jobopslagene, har magten til at bestemme hvem fra målgruppen Millennials, som må indtræde på arbejdsmarkedet. De har derfor magten til at fremsætte en række krav, som her forankres under en idealtypediskurs, som både dækker over krav til adfærd, personlighed og fysisk udseende.

Begrundelsen for at magtdiskursen ikke er fremtrædende i den diskursive livsverden, er fordi denne konstitution af livsverdenen kan ses som en common sense proces. Denne proces er altså blevet så social forankret i os alle, at processen fremtræder som nærmest naturskabt, hvilket resulterer i, at ingen stiller spørgsmål eller stiller sig kritiske overfor dette konstituerende magtforhold. Det er derfor først ud fra en diskursiv kortlægning af livsverdenen, at magtdiskursen fremtræder, og at dens styrende hegemoni over de andre diskurser fremtræder tydeligt for os.



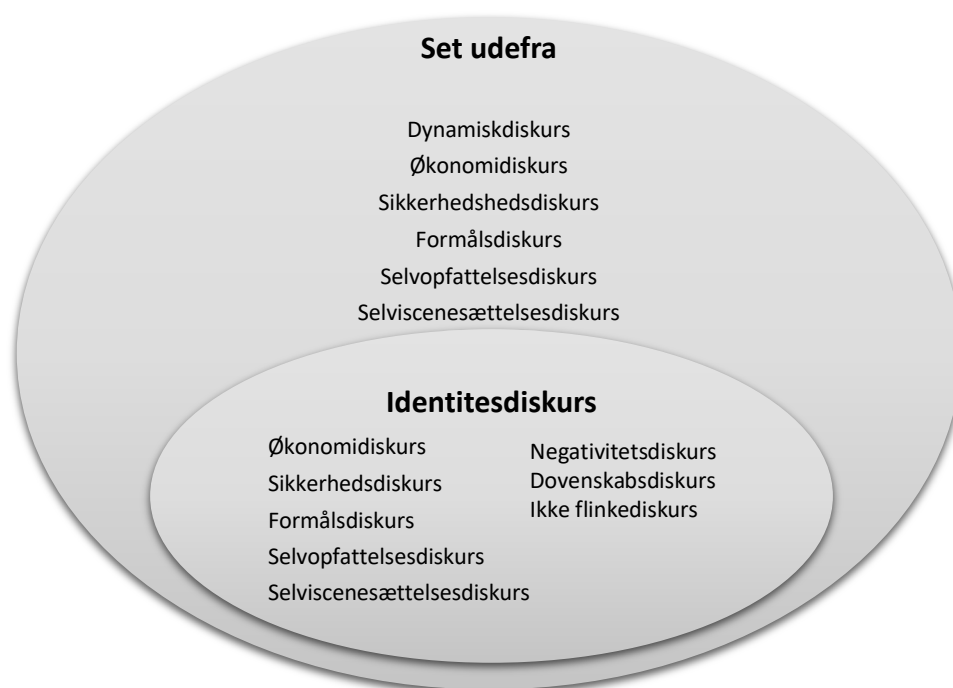
Figur 4 – Diskursiv illustrering af livsverden

4.3.2.2. Millennials

En anden diskursiv gruppering, er grupperingen omkring fremsætningen af Millennials som målgruppe. Ud fra vores interviewpersoner, kan det vurderes, at denne gruppering kan flytte sig og kan derfor befinde sig indenfor alle tre ringe i visualiseringen af livsverdenen. Det kan vurderes, at der i beskrivelsen af Millennials ikke blev italesat nogle større ændringer i de identificerende diskurser, alt efter målgruppens placering. Nogle af de diskurser, som blev fremsat om Millennials var den dynamiske-, økonomi-, sikkerheds-, formåls-, selvopfattelses- og selvscenesættelsesdiskurs. Under identitetsdiskursen blev der fremsat forskellige diskurser, flittigheds-, alsidigheds-, utålmodigheds-, forkæletheds, ambitiøs-, dovenskabs-, en ikke flinke- og en digitaliseringsdiskurs. Dovenskabsdiskurs og ikke flinkediskursen indgår som de to eneste under en eksplicit negativitetsdiskurs.

Selvopfattelsesdiskursen er den eneste diskurs, som formodes at ændre betydning, ud fra om målgruppen Millennials befinder sig inden eller udenfor arbejdsmarkedspraksissen. Hvor den i fremtrædelsen indenfor arbejdsmarkedet får en positiv fremstilling, får den modsat en negativ fremstilling, når den fremtræder udenfor i ekskluderingszonen.

Ud fra interviewpersonernes italesættelser får vi også et diskursivt indblik i den motivation, som det beskrives, at Millennials har for at træde ind på arbejdsmarkedet. Her optræder diskurserne formåls-, sikkerheds-, selvopfattelses-, økonomi- og selvscenesættelsesdiskurs. Alle disse diskurser italesættes omkring den motivation, som Millennials har for at indtræde på arbejdsmarkedet.



Figur 5 – Diskursiv illustrering af Millennials



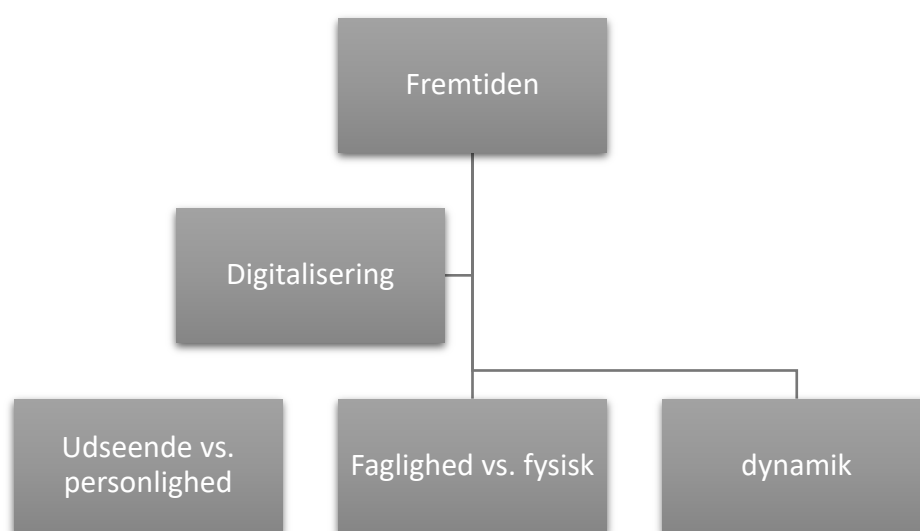
Figur 6- Diskursiv illustrering af behov for indtrædelse på arbejdsmarkedet

4.3.2.3. Diskursiv beskrivelse af fremtiden

Den sidste gruppering, som vi ser, bliver dannet for sig selv, tildeler vi overskriften diskursiv beskrivelse af fremtiden. Den diskursive beskrivelse af fremtiden er ikke en aktiv del af

interviewpersonernes visualisering af deres livsverden, dog fremtræder den som tanker og refleksioner omkring, hvordan denne kortlægning af livsverdenen muligvis vil forandre sig i fremtiden, og hvilke diskurser der vil fremtræde. For grupperingen ser vi en overordnet digitaliseringsdiskurs. Denne blev identificeret ud fra interviewpersonernes italesættelser af digitaliseringens påvirkning af formen for jobopslag og de kanaler, som rekrutteringsprocessen bruger og en mediering af den fysiske tilstedeværelse. Ud fra digitaliseringen identificerede vi andre underliggende diskurser, som havde deres egne magtkampe mellem sig. Først identificerede vi en diskursiv kamp mellem udseende og personlighed, hvor vi ud fra den sproglige fremstilling vurderede, at udseendediskursen vandt hegemoni for denne kamp. Efterfølgende identificerede vi også en kamp mellem faglighedsdiskursen og fysiskdiskurs, hvor den fysiskdiskurs ud fra sproglig fremstilling vandt hegemoni for denne kamp. Vi kan derfor vurdere, at der i fremtiden, ud fra interviewpersonernes italesættelser, vil komme et øget fokus på fysisk fremstilling af sig selv, både i forhold til hvordan man ser ud, men også hvordan man viser sig frem.

Afslutningsvis identificerer vi den dynamiskdiskurs. Den dynamiskdiskurs blev af interviewpersonerne italesat, som en konsekvens for digitaliseringen og kan medføre, at der kommer mere dynamisk bevægelse i fremtiden.



Figur 7 - Diskursiv illustrering af fremtiden

4.3.3. Diskursiv praksis for analyse del 2

Vi vil i indeværende afsnit præsentere hvilke temaer og diskurstyper, der kommer til udtryk i jobopslagene i analyse del 2.

4.3.3.1. Temaer

Med afsæt i den tekstnære analyse af de to jobopslag kan der udledes en række tematiske forhold: *et afsenderbaseret tema, et funktionsbaseret tema, et generationsmæssigt tema og et fremtids/udviklingsmæssigt tema.*

Det afsenderbaserede tema dækker over de afsender/modtager (læser) relaterede forhold, som optræder i teksterne. Tematiseringen bunder endvidere i, at der i jobopslagene veksles mellem både relationsskabende forhold og distancering mellem afsender og læser. Et eksempel herpå optræder i jobopslag nr. 1, hvor der i det første længere tekststykke optræder en relationsdiskurs og længere nede i jobopslaget optræder en meget eksplicit distanceringsdiskurs. Relationsdiskursen ses endvidere af at afsenderen, LOXAM A/S, benytter sig af det personlige pronomen 'du' i teksten. Anvendelsen af *du*, kan som bekræftet bidrage til, at der skabes en pseudokontakt mellem afsenderen og læseren og dermed en relation. Distanceringen optræder endvidere i følgende formulering fra jobopslag nr. 1: *"dine hovedopgaver i forhold til vores markedsprofil (...) for og eksekvering af LOXAM A/S (...).* Årsagen til at der kan ses distancering i indeværende formulering, skyldes at afsenderen, LOXAM A/S, anvender de to possessive pronomener 'dine' og 'vores', for efterfølgende at erstatte 'vores' med 'LOXAM A/S'. Dermed opstår der en vis distance mellem afsender og læser i teksten. Ovenstående er dermed et eksempel på, hvorledes den afsenderbaserede tematisering gør sig gældende i de to jobopslag.

Det generationsmæssige tema dækker endvidere over visse forhold i jobopslagene, der kan antages at knytte sig til et generationsmæssigt skel. Det generationsmæssige skel opstår, når virksomhederne bag jobopslagene anvender betegnelser eller formuleringer, som kan antages at knytte sig til en yngre generation, som eksempelvis Millennials. Eksempler herpå kan blandt andet være, når LOXAM A/S præsenterer, at en del af jobbet vil omhandle vedligeholdelse, videreudvikling samt generering af indhold til virksomhedernes sociale medie platforme. Årsagen til at vi betegner

dette som forhold, der knytter sig til den yngre generation, er fordi, det må formodes, at det er vores generation, som besidder det største kendskab til netop sociale medier. Et andet eksempel er, når virksomhederne præsenterer et ønske om, at en ny medarbejder besidder kendskab til Adobes Creative Cloud programmer, herunder InDesign, Photoshop og Illustrator. Et kendskab hertil knytter sig dog ikke udelukkende til den yngre generation, men det kan antages, at det er heriblandt at kendskabet er størst. Dette fordi vi i vores generation i stigende grad undervises i programmerne i blandt andet uddannelsesmæssige sammenhænge.

Det fremtids/udviklingsmæssige tema knytter sig i jobopslagene blandt andet til selve ansøgningsprocessen. I den henseende kan det antages, at Mayday Film repræsentere en ny tendens inden for ansøgningsprocesser når de udbeder, at potentielle ansøgere skal sende en videopræsentation af dem selv. I henhold til vores historical bodies er vi bevidste om, at dette er et led i en stigende tendens omhandlende at ansøgningsprocesserne i højere grad digitaliseres. Denne tendens kan endvidere formodes at, tage afsæt i, at vi generelt set bliver mere digitaliseret, hvorfor Mayday Film præsenterer at: *"Du behøver ikke at skyde den med Arri Amira - en mobilvideo er også i orden"*. Det henviser selvfølgelig til, at man, som ansøger ikke behøver være i besiddelse af det bedste og nyeste kameraudstyr, for at kunne komme i betragtning til jobbet. Dog forventer Mayday Film, at man som ansøger minimum er i besiddelse af en telefon med et velfungerede kamera i god kvalitet. Et andet aspekt i jobopslagene, som knytter sig til fremtids/udviklings tematiseringen, er at der i jobopslag nr. 1, præsenteres at, der vil blive afholdt løbende samtaler. I LOXAM A/S' tilfælde vil der ligeledes blive ansat medarbejdere, hvis de finder den rigtige kandidat, uden forbehold for den fastsatte ansøgningsfrist. Vores erfaringer inden for jobsøgning bidrager ligeledes til, at vi kan spore en tendens, i henhold til at de ellers fastsatte ansøgningsfrister, ofte blot fremstår vejledende fremfor at være definitive. Tendensen kan endvidere udledes af, at vi generelt set er blevet mere forhastede og derfor har stigende tendenser til at fremskynde alskens forhold, som eksempelvis ansøgningsprocesser. Ydermere kan forekomsten af fagdiskurserne og herunder internationaliseringsdiskurserne, siges at knytte sig til fremtids/udviklings tematiseringen. Årsagen herfor er, at det må antages at det kommunikationsfaglige felt, med tiden i højere grad vil tage del i en internationalisering som led i den stigende globalisering af vores samfund.

4.3.3.2. Genre

Hvis vi først undersøger genren for jobopslagene ses det at de to jobopslag trækker på annoncegenren. I henhold til annoncegenren er det endvidere væsentligt at præcisere, at vi i denne henseende ikke refererer til traditionel reklamemæssig annoncering. Årsagen til at jobopslagene i høj grad trækker på annoncegenren skyldes, at det må formodes, at være hovedformålet med jobopslagene at de skal bidrage til, at der kan skabes kontakt til læseren af jobopslagene.

Derudover kan det også udledes, at jobopslagene trækker på en narrativ genre. Denne genre optræder, idet der i jobopslagene optræder fortællende formuleringer såsom: *"Mayday Film vil skabe en udviklings- og talentgruppe i vores Odense-afdeling."*

4.3.3.3. Diskurser

I henhold til den tekstnære analyse af jobopslagene, kunne vi identificere følgende diskurser: *relations-, internationaliserings-, positionerings-, distancerings-, fag-, magt- og identitetsdiskurs*. Ligeledes kan der ud fra de to jobopslag udledes en høj grad af interdiskursivitet. Denne optræder idet, de samme syv diskurser kan ses i begge jobopslag.

Indledningsvis vil vi præsentere den internationaliseringsdiskurs, som kan ses i jobopslagene. Internationaliseringsdiskursen kan endvidere ses idet, der i jobopslagene anvendes engelske betegnelser frem for danske betegnelser. Denne internationalisering kan betragtes, som et udtryk for den stigende tendens det danske arbejdsmarked er en del af. Tendensen, som Louise Akselsen fremligger i sit speciale, kan betragtes som værende en naturlig udvikling i henhold til at Danmark i høj grad indgår i det globaliserede samfund. Internationaliseringsdiskursen udledes endvidere som en understøttende diskurs i henhold til den mere overordnede fagdiskurs, der ligeledes kan ses i de to jobopslag. Årsagen til at internationaliseringsdiskursen optræder, som en understøttende diskurs, findes i, at internationaliseringsdiskursen udelukkende optræder i kombination med fagdiskursen. Ydermere kan fagdiskursen betragtes som at have hegemoni i henhold til internationaliseringsdiskursen, da fagdiskursen knytter sig til, og understøtter den, positioneringsdiskurs, som optræder i jobopslagene.

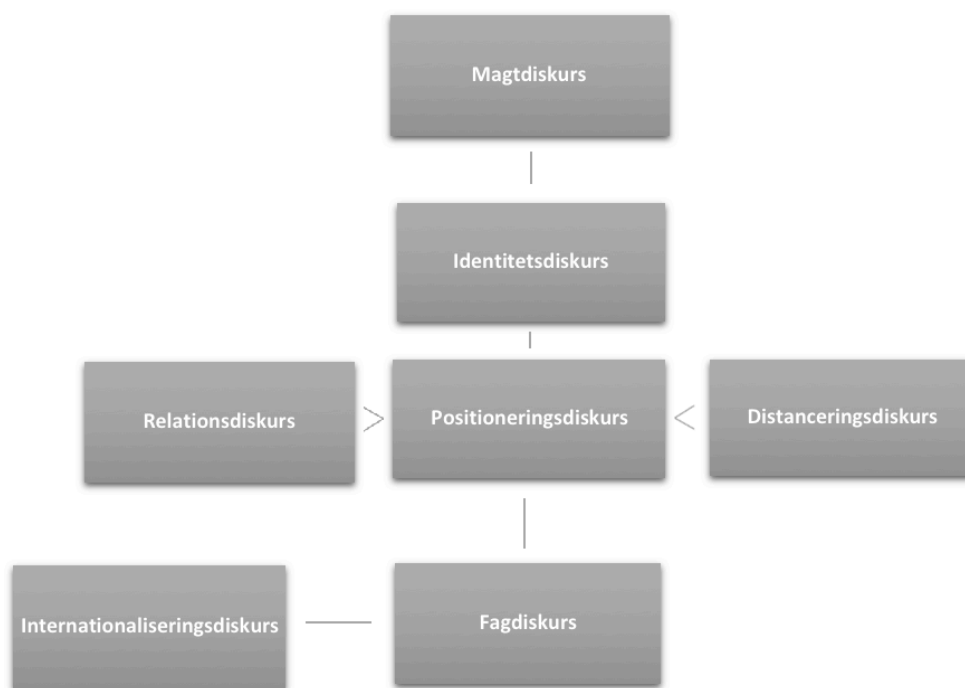
Positioneringsdiskursen fremstår dermed dominerende i forhold til fagdiskursen. Årsagen til at positioneringsdiskursen er dominerende over for fagdiskursen, findes i at fagdiskursen primært bidrager til, at virksomhederne kan positionere sig i forhold til blandt andet det kommunikationsfaglige felt. Positioneringsdiskursen optræder endvidere ofte i forbindelse med forekomster af overleksikalisering i henhold til kommunikationsfaglige udtryk. Dette gør sig endvidere gældende i begge jobopslag. Dermed optræder relationsdiskursen ofte i relation til positioneringsdiskursen. Dette i henhold til at virksomhedernes positionering i forhold til det kommunikationsfaglige felt, kan bidrage til, at der kan opstå en relation mellem virksomhederne og læserene. Relationsdiskursen kan dermed ses, da det må formodes, at læsere af jobopslagene ligeledes befinder sig inden for det kommunikationsfaglige felt. Desuden kan det pointeres, at positioneringsdiskursen er tæt knyttet til det afsenderbaserede tema.

Relationsdiskursen kan ligeledes optræde i jobopslagene idet læseren hyppigt direkte adresseres i jobopslagene, blandt andet ved at anvendelsen af det personlige pronomen 'du'. Denne direkte adressering bidrager endvidere til, at der i jobopslagene opstår en pseudokontakt mellem afsender og læser. Denne kontakt kan, som beskrevet, være et led i en nærhedsstrategi fra afsenders side. Nærhedsstrategien bidrager ligeledes til, at sproget i jobopslagene fremstår uformelt, hvilket ligeledes kan bevirke, at læseren kan føle en relation til afsender.

I henhold til positioneringsdiskursen optræder distanceringsdiskursen ligeledes i relation hertil. Distanceringsdiskursen optræder i relation til positioneringsdiskursen, når virksomhederne positionerer sig selv i henhold til det fagområde, hvori selve virksomheden indgår. Et eksempel herpå findes i det første jobopslag, hvor LOXAM A/S i det afsluttende tekststykke præsenterer sig selv som værende: "*LOXAM er Europas største udlejer af maskiner (...)*". Dermed positionere LOXAM A/S sig selv i henhold til maskinudlejningsbranchen. Positioneringsdiskursen udledes af, at der i samme tekststykke findes overleksikalisering i henhold til maskinudlejningsbranchen. Overleksikaliseringen, og dermed positioneringsdiskursen, bidrager til, at der i denne henseende opstår en vis distance mellem LOXAM A/S og læseren. Distanceringsdiskursen opstår dermed ud fra at, det må formodes at, læseren ikke besidder viden om maskinudlejningsbranchen, hvorfor læseren dermed kan føle sig ekskluderet fra teksten og dermed distanceret fra LOXAM A/S. Ydermere knytter distanceringsdiskursen sig ligeledes til det afsenderbaserede tema.

De tre ovenstående diskurser, relations-, positionerings- og distanceringsdiskursen, domineres endvidere af en identitetsdiskurs. Identitetsdiskursen fremstår dominerende i forhold til de andre diskurser, da denne blandt andet er tæt knyttet til det generationsmæssige tema. Derudover optræder identitetsdiskursen ofte i relation til magtdiskursen. I denne relation optræder identitetsdiskursen endvidere som en understøttende diskurs. Et eksempel herpå findes i jobopslag nr. 2, hvor Mayday Film præsenterer en række kvalifikationer, som en ansøger nødvendigvis må imødekomme for at komme i betragtning til stillingen. Der kan dermed være tale om en række krav eller kvalifikationer, hvilket bidrager til at pålægge læseren/ansøgeren en vis identitet. Denne identitetspåbyggelse bidrager dermed til, at der opstår et magtforhold mellem afsender, Mayday Film og læseren. Hermed fremgår det af den tekstuelle analyse af jobopslagene, at magtdiskursen har hegemoni i forhold til de resterende diskurser. Årsagen hertil, findes endvidere i at de andre diskurser ofte fremstår som understøttende i henhold til magtdiskursen. Magtdiskursen fremstår ligeledes dominerende, da denne er et udtryk for de gennemgående magtrelationer, som optræder i jobopslagene. Disse magtrelationer fremstår endvidere hyppigst som værende særdeles ulige, idet afsender besidder langt større magt end læseren af jobopslaget. Et væsentligt eksempel herpå findes i jobopslag nr. 1, hvor det afslutningsvis præsenteres, at en ny medarbejder vil blive aflønnet efter kvalifikationer. Begrundelsen for, at vi her vælger at fremhæve dette eksempel findes i, at en sådan aflønningsordning formentlig vil afføde et ulige magtforhold, både mellem medarbejderne indbyrdes og mellem medarbejdere og ledelsen. Det ulige magtforhold vil opstå, idet det må formodes, at der ikke vil være to medarbejdere, der besidder de samme kvalifikationer. Dermed vil det være op til ledelsen at bestemme, hvad medarbejdernes kvalifikationer er værd. Ligeledes må det formodes, at medarbejderne ikke vil få udbetalt det samme i løn.

Det kan dermed udledes, at der i analyse del 1 optræder en hierarkisk orden i den diskursive praksis, hvor magtdiskursen har hegemoni. Den diskursive praksis' forhold kan endvidere illustreres således:



Figur 8- Diskursiv praksis for analyse del 1

Ydermere konkluderes, at diskurstyperne i jobopslagene består af annoncegenren og en narrativ genre. Derudover består diskurstyperne ligeledes af: *diskurserne: relations-, internationaliserings-, positionerings-, distancerings-, fag-, magt- og identitetsdiskurs.*

Diskurstyperne kan alle siges at stamme fra arbejdsdiskursorden. Man kan karakterisere diskurstypernes sammensætning som værende konventionel, idet vi ikke mener at have lokaliseret nye kombinationer af diskurstyper. De nævnte genrer og diskurser kan antages at være sammensætningsmæssigt almindelige i henhold til arbejdsdiskursorden. På baggrund heraf kan det udledes, at der umiddelbart er tale om en reproduktion af diskursorden.

4.3.4. Samlet diskursiv praksis

Indeværende afsnit vil fungere som en samlet diskursiv praksis, hvor vi søger at se de to diskursive praksisser i forhold til hinanden. Vi sammenholder de diskursive praksisser, til at få indblik i, hvilke diskurser der reproduceres, fra Millennials egen italesættelse af, hvordan rekrutteringsprocessen ser ud fra deres livsverden, til den praksis, hvori et jobopslag læses.

Ud fra jobopslagene identificerede vi en fagdiskurs med en underliggende internationaliseringsdiskurs. Disse diskurser blev fremsat i forbindelse med en diskursiv fremstilling af de krav, som virksomhederne, i jobopslagene, fremsætter for nye medarbejdere. Derfor kan det vurderes, at virksomhederne fremsætter krav, som Millennials skal opfylde, for at kunne få adgang til at indtræde på arbejdsmarkedet. Denne fagdiskurs, fra den oplevede praksis, reproduceres i interviewpersonernes diskursive kortlægning af deres livsverden, hvor fagdiskursen også her italesættes, som en del af de adgangsgivende egenskaber under idealtypediskursen.

Ud fra analysen af praksis, hvor Millennials læser et jobopslag, identificerede vi en overordnet positioneringsdiskurs, med både en underliggende distanceringsdiskurs og en relationsdiskurs. Der fremkom i praksis både en sproglig konstruering af distance mellem afsender og modtager, samt andre steder en konstituering af en relation. Den sproglige distanceringsdiskurs, som skabes i praksis, fremsætter en distance mellem afsender og modtager for jobopslagene, hvor henholdsvis virksomhederne er afsendere og Millennials er modtagere. Denne distance som konstitueres, kan ses i relation til den ekskluderingsdiskurs, som interviewpersonerne fremsætter i deres visualisering af deres livsverden. De italesætter netop dette meget tydelige skel mellem det at være en del af arbejdsmarkedet og det at være udenfor. Det at være en del af ekskluderingsdiskursen bliver endda tildelt yderligere tre underliggende diskurser, negativitets-, tabu- og lukkethedsdiskursen, som er med til at fremhæve, at denne position ikke er ønskelig for Millennials.

Ud fra praksis blev der også identificeret en relationsdiskurs. I modsætning til distancediskursen, blev relationsdiskursen anvendt i sproglig konstituering af en relation mellem virksomheder og Millennials, altså et forhold hvor afsender og modtager blev sat i forbindelse med hinanden. Denne diskurs blev identificeret ud fra inkluderende brug af personlige pronominer. Dermed inviterer afsenderen modtager til at blive en del af deres praksis. I denne forbindelse er det

virksomhederne, som inviterer Millennials til at blive en del af arbejdsmarkedet, ved at tilbyde dem et job. Dette kan ses i perspektiv til interviewpersonernes italesættelse af Millennials' behov eller motivation for, at blive en del af arbejdsmarkedet. Denne motivation er grundlagt ud fra en formåls-, en sikkerheds-, en selvopfattelses-, en økonomi- og en selvscenesættelsesdiskurs. Det kan derfor vurderes, at Millennials fremsætter, at de har en motivation eller et behov for at træde ind på arbejdsmarkedet og at virksomhederne gennem relationsdiskursen fremsætter, at de ønsker at opfylde dette behov.

I det diskursive hierarki for praksis identificerer vi over relationsdiskursen en identitetsdiskurs. Identitetsdiskursen blev fremsat ud fra de egenskaber, som virksomhederne opstiller, som et ønske til de nye medarbejdere i jobopslagene. De opstiller nogle identitetsmæssige karaktertræk, som de nye medarbejdere gerne skal opfylde eller indeholde. Denne identitetsdiskurs i praksis kan relateres til den idealtypediskurs, som interviewpersonerne fremsætter omkring en person, der besidder visse egenskaber, som må anses som værende adgangsgivende til arbejdsmarkedet. Under idealtypediskursen indgår der både adfærdsmæssige og egenskabsbeskrivende diskurser, erfarings-, indsigts-, personligheds-, fagligheds- og fysisk udseendediskursen. I praksis kan identitetsdiskursen endvidere relateres til den identitetsdiskurs, som fremsættes fra interviewpersonernes egen beskrivelse af Millennials. Her blev der både fremsat nogle overordnede karakteristika i form af diskurserne, dynamisk-, økonomi-, sikkerheds-, formåls-, selvopfattelses- og selvscenesættelsesdiskursen, og yderligere nogle mere specifikke identitetsegenskaber under en identitets-, flittigheds-, alsidigheds-, utålmodigheds-, forkæletheds-, ambitiøs-, digital-, dovenskabs- og en ikke flinkediskurs. Nogle af disse identitetsegenskaber går ind under en negativitetsdiskurs, som optræder i italesættelsen af, at nogle af disse egenskaber ikke er at foretrække i nye medarbejdere. Vi kan vurdere, at Millennials som målgruppe, besidder nogle af de egenskaber, der fremstilles som adgangsgivende til praksis. Vi vurderer dette i henhold til at nogle af de egenskaber, som virksomhederne stiller som krav i jobopslagene, stemmer overens med de identitetsegenskaber, som interviewpersonerne fremsætter om Millennials. Dog kan vi også vurdere, at der er nogle af disse egenskaber, her særligt dem som går under negativitetsdiskursen, der ikke italesættes som værende ønsket af virksomheder, når de skal ansætte nye medarbejdere. Det kan derfor betyde, at de personer, som indeholder de egenskaber, der ikke anses som værende adgangsgivende, enten

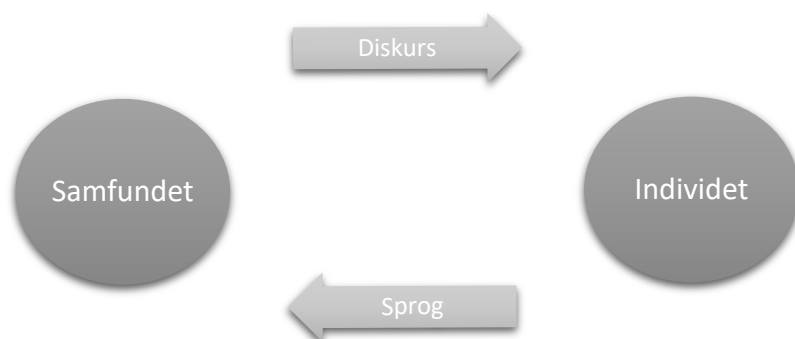
må skjule nogle af deres identificerende egenskaber, eller at det kun er de personer, der besidder de adgangsgivende egenskaber, som bliver ansat.

Som den eneste af egenskabsdiskurserne, bliver selvopfattelsesdiskursen italesat af interviewpersonerne til at ændre sig i forhold til, om den er placeret indenfor i arbejdsmarkedspraksissen, eller om den befinder sig i ekskluderingsdiskursen. Når selvopfattelsesdiskursen befinder sig i arbejdsmarkedspraksissen, bliver den sprogligt konstitueret i et positivt perspektiv, og modsat, når de italesættes som placeret under ekskluderingsdiskursen, fremstiles den sprogligt i et negativt perspektiv.

Den diskurs som har hegemoni i praksis, er magtdiskursen. Magtdiskursen identificeres ud fra de sproglige processer, hvor virksomhederne, som er afsender for jobopslagene, har magten til at fremsætte krav og ønsker til de nye medarbejdere. De fremsætter nogle bestemte egenskaber, som de ønsker, at deres nye medarbejdere skal indeholde. Som tidligere nævnt er dette ensbetydende med, at der sker en selektion, hvor nogle typer, her italesat af interviewpersonerne som idealtyper, bliver valgt til, at kunne få adgang til arbejdsmarkedet, mens andre må blive under ekskluderingsdiskursen. Ergo har virksomhederne en stor magt, i og med at de kan vælge, hvilke individer som kan få adgang til arbejdsmarkedet. Vi identificerede ligeledes en magtdiskurs ud fra den diskursive kortlægning af verden fra interviewpersonernes italesættelser. Her kunne vi først på diskursivt niveau identificere en magtdiskurs, som var styrende for udformningen af visualiseringen af livsverdenen og færden inden for denne. Det vil sige, at vi først ud fra en diskursiv mapping af interviewpersonernes livsverden, kunne identificere en styrende magtdiskurs, idet at den ikke fremgår fra interviewpersonernes italesættelser. Det blev på dette niveau tydeligt, hvor styrende denne diskurs er for konstitueringen af livsverdenen, og de processer, som indgår heri. Som nævnt tidligere vurderer vi, at grunden til at denne magtdiskurs ikke kan ses ud fra interviewpersonernes italesættelse af deres livsverden, er at denne er blevet så indlejret i deres forståelse af verden, at den er blevet til en common sense proces, altså en proces som er så forankret i vores forståelse, at den fremstår som noget 'naturligt' og at vi derfor ikke sætter spørgsmål ved dens eksistens.

Vi vurderer, at denne styrende magtdiskurs som vi identificerede ud fra en diskursiv afmapping af interviewpersonernes livsverden, er den samme magtdiskurs som reproduceres i praksis for

modtageren af et jobopslag. Altså den magtdiskurs som er styrende og konstituerende for livsverdenen, reproduceres i et jobopslag, hvor den derfor når ud til Millennials, når de læser et jobopslag og dermed igen er med til konstituere, hvordan de oplever deres livsverden, og den praksis de befinder sig i. Vi ser her det socialkonstruktivistiske dialektiske perspektiv i forhold til erkendelse af viden, idet vi tydeligt kan identificere processen, hvordan fra de diskurser, der er med til at konstituere samfundet, medieres og reproduceres til individet, som derefter selv er med til at skabe samfundet gennem en reproducering af diskurser ved brug af sproget og italesættelser.



Figur 9 - Det dialektiske forhold af videnserkendelse

4.4 Lille d til store D

Vi træder nu et skridt tilbage, og søger at se alle de små og komplekse delelementer, som den samlede diskursive praksis er gjort af, ud fra et helhedsbillede, der fungerer, som en repræsentation af samfundet. Vi søger dermed at se kombinationen af det italesatte livsverdensbillede fra interviewpersonerne, og den diskursive udlægning af praksis, i forhold til de grundlæggende ideologier og Diskurser, der danner grundlaget for samfundets udformning.

Ud fra vores samlede diskursive praksis identificerede vi, at den diskurs, der har hegemoni, for både interviewpersonernes diskursive fremlægning af deres livsverdenen, og den diskursive forståelse af et jobopslag i praksis, er magtdiskursen. Denne magtdiskurs fremsættes i begge tekster som den magt, virksomhederne har til at til- eller fravælge, hvilke individer fra gruppen Millennials, som må træde ind på arbejdsmarkedet. Det er dermed virksomhederne og arbejdsmarkedet, som har den fulde magt i denne diskursive udlægning af verden.

Vi vurderer, at denne magt kan ses i relation til de grundlæggende samfundsideologier Liberalismen og Kapitalismen, som derfor fungerer som vores to Diskurser.

Liberalisme er en politisk samfundsideologi, der fordrer individets frie valg, særligt med henblik på mindre statslig kontrol (Heywood, 2003, s. 25). Denne ideologi vægter individets frihed over alt andet og mener, at individet trives bedst med så lidt kontrol som muligt og helst ingen. Liberalismen går derfor ind for det frie marked, hvor arbejdsmarkedet er bygget på udbud og efterspørgsel. Det frie marked er derfor et udtryk for individualismen, som er kernen i Liberalismen, da individualismen sætter individets frihed til at eje og sælge, som de vil, i første række og ud i samfundet (Heywood, 2003, s. 26-27).

Kapitalismen kan ses som et biprodukt af den rene Liberalisme, da den er betegnelsen for fokus på den økonomiske gevinst gennem handel. Kapitalismen blomstrer derfor i et åbent marked, da dette fremsætter muligheder for handel (Ibid.). Liberalismen og Kapitalismen tager begge udgangspunkt i det frie marked, som tildeler magten til individet, gennem frihed til at handle af egne interesser.

Det kan dog overvejes, om der stadig er fokus på individets frigørelse, som et resultat af Liberalismen og Kapitalismen, som de fungerer i dag. Det kan vurderes, at i Liberalismens oprindelsestid var det individ som handlede med individ, hvilket førte til frigørelse og økonomisk gevinst til individet (Heywood, 2003, s. 29). Dog kan det antages, at handel i dag i højere grad fremstår af handel virksomhederne imellem. Der vil derfor oftest ikke fremgå en direkte økonomisk gevinst for selve individet, ud over deres løn, og ingen frigørelse. I stedet er det virksomhederne, som opnår frigørelsen, ved at de opnår økonomisk gevinst, som medvirkende til, at de kan udvide og udbrede sig. Virksomhederne bliver altså større, og stærkere ved, at der i dag eksisterer det frie marked.

Det er dog værd at overveje konsekvenserne af virksomhedernes overtagelse af den frigørelse, der tidligere blev tildelt individet og hvorledes denne frigørelse kan anvendes som magt til at styre arbejdsmarkedet, og dermed kontrollere hvem der kan/må træde ind i denne praksis. Vi kan se at den magtdiskurs, vi lokaliserede, i kombinationen af det diskursive hierarki for praksis og interviewpersonernes diskursive livsverdensbillede, dækker over den samme magtdiskurs vi kan identificere ud fra de to Diskurser, Liberalismen og Kapitalismen. Vi vurderer derfor, at disse to

samfundsideologiske Diskurser, Liberalisme Diskursen og Kapitalisme Diskursen, ligger til grund for den magtdiskurs, vi så ud fra livsverdensbilledet, og det er derfor den magt som disse to ideologier fremsætter, der reproduceres i livsverdenens billede og ud til individet gennem praksis.

4.5 Social praksis

Vi vil i den sociale praksis søge at se vores diskursive fremlægning af verden, både i form af de små lokale diskurser og de større samfundsmæssige Diskurser, ud fra et bestemt perspektiv i form af anerkendelsesteori. Som nævnt i afsnittet fra lille d til store D, fandt vi at de to ideologiske Diskurser, Liberalismen og Kapitalismen, ligger til grund for den magtdiskurs, der reproduceres i interviewpersonernes livsverdensbillede og i praksis. Vi argumenterede for at denne magt, som de to Diskurser fremsætter, optræder på baggrund af at den frigørelse, som var ment individet gennem handel på det frie marked, nu i stedet gives til virksomhederne, som anvender magten til at kontrollere arbejdsmarkedet. Vi vil nu søge at anskue, hvorledes denne manglende frigørelse af individet kan perspektiveres til deres kamp for anerkendelse.

Det samfundsmæssige perspektiv, hvori de større samfundsmæssige Diskurser gør gældende, knytter sig blandt andet til den individbaserede selvopfattelse, der betinges af visse samfundsmæssige magtstrukturer. I henhold til at belyse dette samfundsmæssige perspektiv vil vi i indeværende afsnit inddrage Axel Honneths anerkendelsesteori, den vil danne fundamentet for vores sociale praksis og videre diskussion. Teorien skal i denne forbindelse bistå som et normativt anerkendelsesfundament i henhold til, at vi kan stille en kritisk diagnose af visse samfundsforhold herunder de førnævnte magtstrukturer.

Vi vælger, at inddrage Honneths anerkendelsesteori, da denne ikke udelukkende begrænser sig til et identitetsteoretisk perspektiv, men også omfatter en bredere teori om de fundamentale konflikter, der driver samfundsudviklingen, samt sætter betingelserne for samfundets integrerende stabilitet og udvikling (Willig, 2007, s. 100). Dette bredere perspektiv er relevant for os da vi, som beskrevet i problemfeltet, anskuer denne problematik som værende et samfundsmæssigt problem, og som på sigt muligvis kan skade arbejdsmarkedet og det samfund vi lever i. Derudover har vi valgt at inddrage Honneth, da teorien kan siges at have antropologisk karakter, hvilket i denne henseende henviser til, at individet ikke kan udvikle en personlig identitet uden gensidig anerkendelse.

Honneth opstiller i sin teori tre differentierede anerkendelsessfærer: **1) privatsfæren**, **2) den retslige sfære** og **3) den solidariske sfære**, (Honneth, 2003, s. 15-16). Ligeledes opstiller Honneth

tre differentierede former for krænkelse, som knytter sig til de tre anerkendelsessfærer: **1) kropslige krænkelse, 2) nægtelse af rettigheder** og **3) nedværdigelse af livsformer** (Honneth, 2003, s. 18). Det er endvidere med afsæt i Honneths anerkendelsesteori, at vi kan stille en kritisk samfundsdiagnose, hvortil vi søger at afstå fra, at forfalde til en ren deskriptiv analyse af samfundsforholdene. Årsagen til at vi ønsker at afstå fra en ren deskriptiv analyse, findes i at vi ud fra et epistemologisk perspektiv, kan muliggøre en mere dybdegående analyse af nogle dybereliggende samfundsforhold. Derimod vil en ren deskriptiv analyse blot prioritere en fænomenologisk neutral afbildning af samfundsforholdene.

Vi anslår at de problematikker, som optræder i den praksis, der har stået til genstand for vores undersøgelse, berører forhold, som befinder sig i den tredje anerkendelsessfære, den solidariske sfære. Den solidariske sfære tager endvidere afsæt i social værdsættelse og forekommer via relation til det situerede kulturelle eller politiske fællesskab, hvori individets deltagelse og positive engagement kan anerkendes (Ibid.). Den solidariske sfære rummer også muligheden for personlig udvikling. Behovet for den personlige udvikling kan endvidere ses i takt med en samfundsudvikling, hvor der er et øget fokus på netop det individbaserede behov for social værdsættelse i forhold til levemåde og livsstil. Således er der i den solidariske sfære et øget fokus på individuel anerkendelse og prestige i modsætning til den retslige sfære, hvor der fokuseres på generel anerkendelse. Individet anerkendes i den solidariske sfære som et individ, der besidder nogle unikke evner af central værdi for et givent fællesskab. I denne sfære er der tale om såvel emotionel som kognitiv anerkendelse, der bidrager til, at vi kan udvikle selv værdsættelse (Honneth, 2003, s. 17).

Vi bevæger os således inden for den solidariske anerkendelsessfære, da der i indeværende praksis er tale om et generationsmæssigt fællesskab, Millennials, som grundet den fremsatte magt, som virksomhederne på arbejdsmarkedet har, ikke som fællesskab kan få lov til at indgå som en del af arbejdsmarkedspraksissen, idet der fremsættes adgangskrav i form af idealtypediskursen. Dette vil altså sige, at Millennials som samlet enhed, ikke alle kan få lov til at indtræde på arbejdsmarkedet, grundet de fremsatte krav og ønsker fra virksomhederne, der kontrollerer arbejdsmarkedet. Kravene gør dermed, at Millennials forhindres i at indgå i relation til arbejdsmarkedet som fællesskab, hvorfor de dermed nægtes den anerkendelse der, som de selv italesætter, er med til at de positivt kan forme deres selvopfattelse.

Når vi i det generationsmæssige fællesskab opnår denne anerkendelse, kan vi opnå følelsen af, at leve et meningsfuldt liv med såvel social som personlig selvværdsfølelse. En måde hvorpå denne anerkendelse vil kunne opnås, er blandt andet gennem den identitetsdannelse, der ligger i at have et specifikt arbejde. Dog vil vi kun opnå den solidariske anerkendelse, hvis vi har det 'rigtige' job. Definitionen af hvad der så udgør det rigtige job, ligger endvidere i den fremstilling af arbejde som vi kunne udlede i interviewene. Det rigtige job er således et, der bidrager med en følelse af prestige, hvilket yderligere bidrager til, at vi kan værdsætte os selv som et medlem af samfundet.

Dog kan vi, via blandt andet det ulige magtforhold i jobopslagene, udlede at anerkendelsen omsættes til nedværdigelse af den selvvirkeliggørelse, som individet indenfor fællesskabet ellers skulle pleje i den solidariske sfære. Denne nedværdigelse knytter sig således til den sidste af Honneths krænkelserformer. Denne krænkelserform læner sig op ad den solidariske sfære og optræder ved, at individet ydmyges, krænkes eller misasagtes på en sådan måde, at dets evner, levemåde eller potentiale ikke længere nyder nogen anerkendelse (Honneth, 2003, s. 18). I praksis oplever vi således denne krænkelse, når vi i mødet med arbejdsmarkedet ikke anerkendes for de evner og potentialer, vi personligt synes at besidde. Det kan endvidere antages at den selvværdsfølelse vi, som Millennials, besidder, blandt andet skyldes, at vi gennem vores opvækst er blevet opdraget til at tro, at vi er specielle og at vi kan få alt hvad livet har at tilbyde jf. litteraturreviewet, (Bilag 1 pt. 1). Vores selvværdssættelse opstår således ved en forestilling om, at vi besidder et potentiale til at anvende vores evner og færdigheder på en sådan måde, at de vil komme samfundet til gode. Denne selvværdsfølelse følger os dermed gennem hele vores opvækst, indtil vi står overfor, at skulle træde ind på arbejdsmarkedet. Vi vil her opleve en krænkelse af selvsamme evner og færdigheder. Krænkelsen ligger således i, at vi vil blive nægtet adgang til arbejdsmarkedet, med mindre vi kan opfylde nogle meget specifikke krav fremsat af virksomhederne. Besidder individet ikke disse specifikke krav, kan vi nægtes adgang til arbejdsmarkedet og de 'rigtige' jobs, som ellers skulle give os den emotionelle anerkendelse.

Når vi i stigende grad søger anerkendelse for vores position på arbejdsmarkedet, kan det ses i takt med, at arbejdet i vores kultur optræder som en central faktor i forhold til vores identitetsdannelse. Vi søger i dag oplevelsen af at leve et meningsfuldt liv med social værdsættelse og solidarisk anerkendelse. Hvor vi før i tiden 'var noget' i kraft af vores familiære relationer, har arbejdet i dag

fået en væsentlig større betydning i forhold til identitetsdannelsen (Christensen, 2005). Ligeledes kan vi ikke længere opnå anerkendelse ud fra det faktum, at vi blot har et arbejde, det arbejde vi har, skal også være det 'rigtige'. Denne tendens kan ses i takt med den økonomiske samfundsudvikling. Denne udvikling knytter sig blandt andet til de konjunktursvingninger, der er dominerende i samfundet. Dette kan ses i henhold til, at i lavkonjunkturstider, hvor arbejdsløsheden er høj, er det lettere at opnå anerkendelse for 'blot' at have et arbejde. Hvorimod det i den nuværende højkonjunktur, hvor arbejdsløsheden er på sit laveste siden finanskrisen tilbage i 2008, er en nødvendighed at have det 'rigtige' job for at opnå anerkendelse (Danmarks Statistik, 2018). Definitionen på hvad der så udgør det 'rigtige' job, finder vi blandt andet i analyse del 1, hvor interviewpersonerne beskriver at det 'rigtige' job blandt andet udgøres af sikkerheds-, økonomi-, selviscenesættelses- og selvopfattelsesdiskurser. Det faktum at det 'rigtige' job blandt andet udgøres af selviscenesættelsesdiskurser og selvopfattelsesdiskurser, knytter sig til den selvværdssættelse, vi kan opnå når vi modtager anerkendelse i den solidariske sfære.

Individets ønske om at opnå anerkendelse ved at have det rigtige job, kan dermed bidrage til, at der opstår et udbud/efterspørgselsforhold. I dette forhold vil de virksomheder og eller arbejdsgivere, der kan udbyde disse eftertragtede job dermed stå i en magtposition, da efterspørgslen på disse job er høj. Ud fra dette udbud/efterspørgselsforhold kan vi dermed se, at de Liberalistiske og Kapitalistiske ideologier optræder som centralt led i det skævvredne magtforhold. Ligeledes kan vi se, hvorledes disse ideologier manifesteres på lokalt plan, ved at det skævvredne magtforhold reproduceres i den praksis, når Millennials læser et jobopslag.

Kapitel 5

5.1. Diskussion

Vi vil i indeværende afsnit, diskutere de fund og resultater som vi har udledt på baggrund af den kritiske diskursanalyse. Vi vil ydermere diskutere, hvorledes disse fund tilføjer en dimension af forståelse og bevidstliggørelse i forhold til de undringer, som vi fremsætter i problemformuleringen. Afslutningsvis vil vi udarbejde en diskuterende refleksion, hvor vi diskuterende vil reflektere over vores samlede forståelse af specialet i sin helhed, samt hvilke muligheder der kunne være for videre arbejde.

Vi vil indlede afsnittet med en redegørelse for, hvilket kritisk udgangspunkt vi vælger at anlægge, for at muliggøre vores kritiske diskussion. Vi har gennem hele specialet tillagt os et kritisk perspektiv på, hvorfor og hvorledes disse negative følelser opstår, når vi, Millennials, læser et jobopslag. Ud fra vores problemfelt stillede vi os kritiske over for tilblivelsen af disse negative følelser, og fremsatte kritiske undringer omkring deres opståen og hvad disse kan have af betydning på længere sigt, både for individet, samfundet og arbejdsmarkedet. Vi fremsatte en bekymring for, om de statiske processer omkring virksomhedernes fremstilling af et jobopslag, som en "menneskelige ønskeliste", kunne have en negativ påvirkning på individets kamp for anerkendelse både før og efter, at de træder ind på arbejdsmarkedet. Yderligere stillede vi os kritiske overfor, hvilket menneskesyn, der fremsættes i forbindelse med denne problematik, og hvorledes dette kan have indflydelse på vores forståelse af os selv, Millennials, og vores plads i samfundet.

Som det kan læses ud fra ovenstående afsnit, har vi gennem hele specialet haft en kritisk tilgang og vi vil nu kort redegøre for, hvordan denne kritiske tilgang kan anvendes til at diskutere vores fund og resultater ud fra et samfundsmæssigt perspektiv.

Rasmus Willig (2007) skitserer i sin bog *"Til forsvar for kritikken"*, at der de seneste år er opstået et øget fokus på begrebet anerkendelse. Han fremstiller at dette fokus udspringer af behovet for, at kunne fremsætte en samfundskritik på et moralfilosofisk fundament. Fundamentet

for den samfundskritik vi ønsker at fremsætte i diskussionen, er endvidere anlagt ud fra inddragelsen af Honneths anerkendelsesteori i den sociale praksis.

Rasmus Willig præsenterer to overordnede strategier, som man nødvendigvis må vælge mellem, i henhold til at kunne kritisere samfundets forhold. Den første strategi anlægger en vis kritisk fraseologi, der indretter sig efter: *"samfundets sensationsprægede toneleje, dets populære diskursive strømninger og den verserende politiske debat"* (Willig, 2007, s. 10). Den anden strategi går ud på, at anlægge et normativt fundament, der: *"ikke kun danner grundlag for en kritik af samfundets samtidige, sporadiske og overfladiske strømninger, men hvor historiske og strukturelle dybereliggende forhold også tages op inden for rammerne af en mere avanceret metodologi"* (ibid.). Denne form for kritisk strategi fokuserer dermed på flere delelementer, der tilsammen udgør et større normativt fundament. Da vi som beskrevet, stiller os kritiske overfor nogle dybereliggende skævede samfundsforhold, indordner specialet sig dermed under den anden strategi. Dette i henhold til at det iboende sigte, for indeværende speciale, knytter sig til, kritisk at anskue, den praksis, hvori Millennials læser et jobopslag. Dette med henblik på at fordre til en samfundsdebat omkring de overordnede samfundsforhold, der omkranser nærværende praksis.

5.1.1. Fund fra den kritiske analyse

Ud fra vores kritiske diskursanalyse fik vi indsigt i hvilke forhold, der er med til at konstituere samfundet, både på lokalt individniveau og et mere overordnet samfundsmæssigt niveau ud fra en diskursiv manifestering. Ud fra vores diskursanalyse identificerede vi, at det er de to overordnede samfundsideoologier Liberalisme og Kapitalisme, som danner grundlaget for, at den frigørelse som tidligere var ment individet, nu i stedet bliver tildelt virksomhederne, der bruger denne frigørelse som en magt til at kontrollere arbejdsmarkedet, og fastsætter krav i form af adgangsgivende idealtyper for indtrædelse i denne praksis. Vi så at denne magt blev reproduceret i interviewpersonernes diskursive visualisering af deres livsverden, dog selvom, at den ikke fremgik eksplicit ud fra deres italesættelser. Vi vurderer, at grundlaget for dette skal findes i den etablering af rekrutteringsprocessen som en refikation, gennem fastholdelse af traditioner og normer indenfor rekrutteringsprocessen, som fører til, at fremstillingen af et jobopslag anskues som en naturskabt proces, som derfor ikke stilles spørgsmålstejn ved. Videre identificerede vi også, at den samme magt blev reproduceres i praksis, når Millennials læser og skaber forståelse af et jobopslag som en

samlet helhed. Det vil derfor sige at den magt, som fremkommer på baggrund af Liberalismens og Kapitalismens indtog i det moderne samfund, reproduceres igennem mediet jobopslag, og derigennem er med til at konstituere virkeligheden for Millennials.

Ud fra vores sociale praksis fandt vi ud af, at den magt som virksomhederne har til at fremsætte en idealtipe, som adgangsgivende til arbejdsmarkedet som praksis, kan anskues, som en krænkelse af individets behov for anerkendelse indenfor den solidariske sfære. Millennials bliver krænkede således, at de gennem nægtelse til arbejdsmarkedet ikke kan indgå i relationen med arbejdsmarkedet, og dermed nægtes de en relation til en praksis, hvorom de selv beskriver, at anerkendelsen gennem denne relation er afgørende for deres positive udformning af deres selvopfattelse. Dette vil dermed sige, at eftersom, at Millennials nægtes adgang til arbejdsmarkedet, eller møder en stopklods i form af de idealtypiske adgangskrav, medfører at de får et negativt perspektiv på deres selvopfattelse.

5.1.2. Fund i forhold til problemformuleringen

Hvilke diskurser produceres og reproduceres om den praksis, hvori Millennials læser et jobopslag og hvordan kan dette ses i relation til deres kamp for anerkendelse, når de først træder ud på arbejdsmarkedet?

Vi vil nu diskutere, hvordan vores fund fra analysen tilføjer en dimension af ny forståelse i forhold til at svare på vores problemformulering. I forhold til de diskurser, som produceres og reproduceres om den praksis, hvori Millennials læser et jobopslag, fandt vi ud af, at der ud fra interviewpersonernes italesættelser blev fremsat en diskursiv visualisering af deres livsverden, hvorimod at der i praksis fremgik et diskursivt hierarki. Fælles for disse er, at det er en overordnet magtdiskurs, som er henholdsvis øverst i hierarkiet, samt styrende for udformningen af den diskursive livsverden. Vi fandt ud af, at denne magtdiskurs er dannet på baggrund af de to samfundsideoologier, Liberalismen og Kapitalismen, som også fungerer som Diskurser for samfundet. Magtdiskursen bliver fremsat ved Liberalismens og Kapitalismens indtog i det moderne samfund, hvor deres fordring til frigørelse af individet gennem det frie marked, i stedet fører til styrkelse af virksomhedernes magt på arbejdsmarkedet. Denne magt anvender de til, at kunne fremsætte adgangsgivende idealtyper, som Millennials skal overholde for, at kunne træde ind på arbejdsmarkedet.

Magten til fremsættelse af disse adgangsgivende idealtyper kan ses i relation til anden del af problemformuleringen *“og hvordan kan dette ses i relation til deres kamp for anerkendelse, når de først træder ud på arbejdsmarkedet?”* Som vi udledte fra vores sociale praksis, danner denne magtdiskurs udgangspunkt for krænkelser af Millennials i deres solidariske sfære. Dette sker på baggrund af, at virksomhedernes fremsættelse af de idealtypiske adgangskrav nægter Millennials adgang til en relation med den praksis, hvorom de italesætter, at anerkendelse gennem relation med denne er afgørende for deres positive udformning af deres selvopfattelse. Altså ved at Millennials enten ikke kan træde ind på arbejdsmarkedet eller møder denne stopklods i form af de idealtypiske adgangskrav, får det den betydning at de nægtes adgang til den relation med arbejdsmarkedet, der er med til at gøre, at de får en positiv selvopfattelse. Vi vurderer, at dette betyder, at Millennials derfor kan opleve et nederlag og en negativ selvopfattelse ved ekskludering fra arbejdsmarkedet, eller hvis de udvælges til at træde ind på arbejdsmarkedet, muligvis kan føle, at de ikke kan leve op til den fremsatte idealtipe, som vi anskuer som værende ikke menneskelig. Vi antager at dette betyder, at de muligvis kan føle, at den anerkendelse de opnår gennem relationen, som værende utroværdig og ikke gældende. Det vil dermed sige, at de, selvom de allerede er i relation med den praksis, når de har fået tilbudt et arbejde, som burde være med til at give dem en positiv selvopfattelse, i stedet stadig må kæmpe for anerkendelse i det situerede fællesskab. Altså selvom Millennials har fået tilbudt et arbejde og er blevet en del af arbejdsmarkedet, stadig kan opleve, at de må kæmpe for at opnå anerkendelse indenfor den solidariske sfære, hvor de gerne skulle opnå anerkendelse for deres deltagelse, men dog muligvis ikke oplever dette, da de ikke lever op til de idealtypekrav som er fremsat af virksomhederne. Ud fra vores undersøgelse kan vi dog intet sige om, hvornår denne anerkendelse er opnået eller hvordan denne opnås.

5.2. Perspektiverende diskussion

Afslutningsvis i denne diskussion vil vi nu brede os ud over vores problemformulering og søge at anskue vores speciale ud fra en samfundskritisk refleksion og perspektivering. Vi vil beskrive, hvilke videre refleksioner som vores speciale fordrer, samt perspektivere til udvidelse af undersøgelse indenfor emnet.

I den første refleksion over vores speciale finder vi det vigtigt at pointere, at vi ikke er naive i vores forståelse og anskuelse af verden, og at vi er bekendte med, at magt og penge er udgangspunktet for udformningen af samfundet, ja selv udformningen af verden. Vi er godt klar over, at den rolle magt og penge spiller i forhold til strukturering og konstituering af alle lag af vores samfundsmæssige virkelighed, både i forhold til individet, grupper, institutioner, politik osv. Det er derfor ikke det forhold, som dette speciale søger at kritisere, da vi anskuer dette som værende udenfor vores rækkevidde. Dog tror vi på at indsigt i nogle af de magtprocesser, som vi, både bevidst og ubevidst, omgiver os med i vores hverdag, kan være med til, at vi bliver oplyste om disse processers magt og påvirkning på vores tanker, adfærd og erkendelsesprocesser.

Vores mål med dette speciale er dermed heller ikke at sige, at virksomhederne og arbejdsmarkedet er gjort af ondskab, og at de kun anvender deres magt for at holde os individer nede og sikre vores manglende frigørelse. Vi vurderer, at de blot følger den samfundsstruktur, som vi alle selv har været med til at konstituere og fastholde. Dette skal igen ses i relation til refikation af rekrutteringsprocessen, da denne kan synes naturligt skabt, medfører dette, at ingen af os stiller os kritiske overfor dens eksistens. Vi vurderer, at det samme er tilfældet for virksomhederne på arbejdsmarkedet, i form af at de blot har fulgt den samme konstituering af samfundet, som vi alle er erkendte med, og dermed højst sandsynligt ikke har været bevidste om dens krænkelse af individet og dets skadelige effekt på sigt.

Vi siger med dette speciale heller ikke, at Liberalismen og Kapitalismen er dårlige samfundsideologier og at deres filosofiske tanker omkring strukturering af verden er noget, som vi helt skal frasige os fra i vores samfund. Dog vil vi, med dette speciale, pointere nogle negative bivirkninger ved disse to ideologiers indførelse i det moderne samfund. Ud fra vores analyse kunne vi identificere nogle negative påvirkninger på individet gennem reproducering af de to ideologiers diskursive magt. Vi tror på at disse negative bivirkninger ved de to ideologiers fremsættelse af magt til virksomhederne og arbejdsmarkedet, er yderst skadeligt for individets selvforståelse, og at dette i sidste ende kan være skadeligt for virksomhederne og arbejdsmarkedet selv, og i sidste ende samfundet.

Vi vil argumentere for at disse skadelige påvirkninger, allerede er ved at sætte deres tydelige spor i vores samfund. Vi tror på at det stærkt stigende antal af stressramte på arbejdsmarkedet, kan være et udtryk for dette ekstra arbejde om at opnå anerkendelse ved siden af sin almindelige arbejdsbyrde. Tal fra en rapport, fra 2016 fra Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø, fortæller, at hver syvende dansker føler sig stresset ofte eller hele tiden, og at jobbet er den største påvirkningsfaktor (Videncenter for Arbejdsmiljø, 2017). Der findes flere af tal og rapporter, som bevidner, at disse tal kun er i udvikling. Tal fra en rapport, fra Stressforeningen tilbage i 2010, viser denne udvikling, da de skriver, at der i 2010 var 10-12% danskere over 15 år, som følte sig meget nervøse eller stressede (Stressforeningen, u.d.). Der ses her en stigning fra 10-12 % i 2010 til 15% i 2016 og statistikkerne tyder på, at denne udvikling vil fortsætte. Selvom vi er bevidste om, at der kan være andre faktorer, som spiller ind i denne stigning af stressramte, såsom digitaliseringen, fjernelse af tid og rum, det høje arbejdstempo, fokus på optimering og effektivisering i alle led i virksomheden, tror vi samtidig på, at individernes kamp for anerkendelse også er med til at tilføje endnu en byrde på individets skuldre.

Dette argument bygges yderligere op af Honneths argumenter i teksten *“Den individuelle friheds patologier”*, som omhandler Honneths tanker omkring Hegels arbejde med samtidsdiagnose og nutiden (Honneth A. , 2003, s. 118). Som en opdatering af Habermas’ begreb omkring “kolonisering af livsverdenen”, skriver Honneth i stedet om *“at lide under ubestemthed”*, hvori han beskriver, hvordan samfundet tillægger ufuldstændige frihedsforestillinger absolut værdi (Honneth A. , 2003, s. 121). Han beskriver i denne sammenhæng, hvordan individualismen romantiseres og fremstiller, at det er individet alene, som er den ubundne kilde til egen frihed. (s. 134) Honneth skriver direkte i denne tekst:

“Friheden til selv at definere sin egen identitet bliver til en >>lidelse under ubestemtheden<<, hvis symptom er depression” (Honneth A. , 2003, s. 134).

Honneth beskriver her, hvordan faren ved opløsning af moralsk tvang og en overfokusering på individets individualiseringsprojekt, kan ses som værende i direkte relation med det stigende antal af depressioner og stigende forbrug af antidepressiver (Honneth A. , 2003, s. 22).

Vi vurderer, at Honneths fremsætning af begrebet "at lide under ubestemthed" kan ses i direkte relation med vores fund omkring Millennials og deres forståelse af deres livsverden.

I et debatindlæg fra litteraturreviewet påpeger Viktor Fremming, at Millennials fra barnsben har fået at vide, at de kan "lige hvad de vil", hvis bare de vil det. Vi vurderer, at dette kan ses, som værende et udtryk for den samfundsmæssige fremstilling af de ufuldstændige frihedsforestillinger omkring individets individualisme, som kilden til egen frihed. Altså Millennials har fået konstitueret en livsverden, hvori de fremstiller, at deres individualisme er deres eneste vej til lykke. Når de så i praksis møder stopklodser, i form af adgangsgivende idealtyper til arbejdsmarkedet, oplever de ikke at kunne udføre denne individualisering, og kommer derfor til at *lide under ubestemthed*, hvilket Honneth beskriver, fører til depressioner.

Men hvad kan vi så gøre ved denne stigning i stressramte og deprimerede? Vi tror på, at vi med en kommunikativ indsats kan være med til, hvis ikke at mindske, så i hvert fald øge bevidstheden omkring den erkendelsesproces der finder sted, når vi læser et jobopslag. Vi tror på at bevidsthed omkring denne erkendelsesproces, kan føre til mere bevidste til- og fravalg samt mulighed for adfærdændring. Hegel påpeger selv, at denne øgede bevidsthed omkring de processer, som begrænser eller belaster os, er vejen til befrielse af det enkelte subjekt (Honneth A. , 2003, s. 135). Honneth præsenterer Hegels fremgangsmåde for denne erkendelsesproces, hvorom han fremsætter:

"Her må man ikke tabe af syne, at hvert skridt i hans argumentation samtidig skal kunne vise, i hvor høj grad indsigten i de kommunikatives forholds normative rationalitet har betydet en befrielse fra lidelsen under ubestemtheden" (Honneth A. , 2003, s. 137).

Honneth beskriver tydeligt i dette citat den vigtige rolle, som kommunikationen spiller i at skabe erkendelse for individet omkring de faktorer, som konstituerer deres erkendelsesproces, hvilket fører til en befrielse af subjektet. Honneth fremhæver her, at man gennem fremhævelse og belysning af problematikker, kan få indsigt i en løsning, da der allerede er skabt betingelser for den

kommunikative virkeliggørelse af den individuelle frihed. Det vil sige, at man gennem undersøgelse af problematikker også vil falde over løsningen, da denne på forhånd er skabt ud fra institutionens regler og normer.

Vi vurderer at vi gennem vores belysning af erkendelsesprocessen i denne praksis, er blevet introduceret til løsning af problematikken, omkring stigningen i de stressramte. Vi vil argumentere for at vores interviewpersoners italesættelse af et øget fokus på arbejdsmiljø, inden for arbejdsmarkedet som praksis, skal ses som værende en mulig løsning. Vi tror på, at der i det øgede fokus på arbejdsmiljø, skal findes en løsning på stigningen af stressramte, da dette bevidner om virksomhedernes erkendelse af, deres afhængighed af individet og at individets velbefindende i sidste ende er det bedste for alle parter. Vi tror på, at virksomhederne er ved at erkende, at gennem reproducering af denne magt, som manifesteres i en krænkelse af individet, trues deres fremtidige eksistens. Det vil sige, at hvis flere og flere af os bliver syge af stress og depressioner, kan dette føre til, at virksomhederne ikke kan efterleve den optimering, som de hungrer efter, og det kan i værste fald betyde, at virksomhederne kan gå konkurs, grundet manglende arbejdskraft og vidensudvikling. Vi tror derfor på, at det øgede fokus på arbejdsmiljø, kan ses som værende en løsning på det stigende antal stressramte, men det kræver også en indsigt fra virksomhederne side, da de skal være bevidste om deres rolle i denne reproducering af magt, og hvordan denne medieres og dermed er med til at skabe rammerne for individets erkendelsesproces.

Afslutningsvis vil vi også pointere, at vi tror på, at der snart vil forekomme et paradigmeskift i samfundet, hvor motivationen for at indtræde på arbejdsmarkedet vil ændre sig. Lige nu ser vi, at de motiver som Millennials har, for at ville indtræde på arbejdsmarkedet, både indeholder de basale behov, som sikkerhed og økonomi, men også at forhold længere oppe i Maslows behovspyramide såsom selvscenesættelse og selvrealisering fylder en stor del. Vi tror på at dette paradigme snart vil være på vej i en anden retning, hvor vi vil vende tilbage til, at opnå disse øverste behov udenfor vores arbejdsplads, og at vi i højere grad vender tilbage til en tankegang der lyder: *vi skal arbejde for at leve, og ikke leve for at arbejde.*

5.2. Konklusionen

Vi vil nu konkludere på vores samlede speciale. Formålet med dette speciale har været at undersøge, hvorfor vi oplever negative følelser, når vi læser et jobopslag. Når vi siger "vi", er dette nærmere betegnet generationen Millennials, som vi selv er en del af og hvorom vi ved, at denne generation anses som værende den nye arbejdsstyrke. Vi satte os for at undersøge hvilke faktorer, som er medvirkende til skabelsen af disse negative følelser, og hvordan denne skabelse finder sted. Ud fra vores undringer og litteraturreview identificerede vi flere mangler i forskningen, som bevidnede om et behov for undersøgelse af Millennials' egen forståelse af et jobopslag. Litteraturreviewet belyste nogle særlige problemstillinger omkring rekrutteringsprocessen som en common sense proces, hvori vi identificerede en problematik omkring fastholdelse af forståelse af et jobopslag, som en "menneskelige ønskeliste", i form af de krav og ønsker som virksomhederne fremsætter til nye medarbejdere. Vi var os kritiske overfor, hvordan dette menneskesyn påvirkede Millennials' kamp for anerkendelse, når de først indtræder på arbejdsmarkedet. Alle disse ovenstående undringer og kritiske refleksioner førte til vores problemformulering som lyder:

Hvilke diskurser produceres og reproduceres om den praksis, hvori Millennials læser et jobopslag, og hvordan kan dette ses i relation til deres kamp for anerkendelse, når de først træder ud på arbejdsmarkedet.

Til besvarelse af dette spørgsmål, analyserede på to jobopslag og tre interviews. Vi anvendte den kritiske diskursanalyse som strukturering af vores analyse, hvoraf denne metode selv fremsætter systemisk funktionel lingvistik som analyseredskab til bearbejdning af tekster. Som rammesætning for hele specialet, tog vi udgangspunkt i Scollon og Scollons Neksusanalyse, da den fremsætter en strukturering af en undersøgelsesproces, hvori sprog og diskurs er hovedfokus.

Ud fra vores kritiske diskursanalyse, fik vi i den diskursive praksis fremsat en diskursiv visualisering af interviewpersonernes livsverdenen, og et diskursivt hierarki ud fra den samlede forståelse af et jobopslag. Vi identificerede ud fra en sammenligning af disse to fremstillinger at der fremgik den samme magtdiskurs, som var styrende og herskende for den diskursive udformning. Denne magtdiskurs fremstod mere eksplicit i forståelse af jobopslagene, hvor den i interviewpersonernes

visualisering af livsverden indgik implicit og først kunne fremsættes ud fra den diskursive praksis. Vi vurderede at grundlaget for dette, skulle ses i forbindelse med refikation af rekrutteringsprocessen, hvilket gør at den kan synes af naturlig oprindelse, og derfor ikke anses som værende et dynamisk eller foranderligt forhold. Vi identificerede refikation som værende grunden til, at denne magtdiskurs ikke fremgik eksplicit ud fra vores interview, da vi antog, at interviewpersonerne måtte se dette som værende en naturlig faktor, som ikke kunne ændres. Refikation medfører også blindhed, hvilket vil sige, at interviewpersonerne bliver blinde overfor nogle af de styrende processer, som de i realiteten selv har været med til at skabe og fastholde.

Efter vores forståelse af den diskursive udformning af de to diskursive visualiseringer for vores lokale praksis, satte vi denne forståelse op imod den diskursive udformning af samfundet, her vores store Diskurs. Det led havde til formål at se, hvordan vores lokale forståelse og visualisering af livsverden, hører ind under de overordnede ideologiske strukturer, som udgør vores samfund. Her fandt vi en relation i at den magtdiskurs, som var i den lokale praksis, var den samme, som blev fremsat på baggrund af de to ideologier, Liberalismen og Kapitalismens, indtog i det moderne samfund. Vi identificerede her, at disse ideologiers manifestation i det moderne samfund medførte en fratagelse af frigørelse, som var ment individet, men i stedet tildeles dette til virksomhederne på arbejdsmarkedet, som bruger denne frigørelse, som en magt til at fremsætte adgangsgivende krav for, at Millennials kan træde ind på arbejdsmarkedet. Ud fra vores sociale praksis satte vi denne forståelse op imod Honneths teori om kampen for anerkendelse. Her vurderede vi at den magt, som virksomhederne har fået tildelt fra Liberalismen og Kapitalismen medfører en krænkelse af individet i den solidariske sfære, idet Millennials nægtes relation til arbejdsmarkedet, hvor igennem de selv italesætter, at de opnår en anerkendelse, som er grundlæggende for en positiv selvopfattelse.

I vores diskussion reflekterede vi over, hvad denne krænkelse af Millennials kan få af betydning, samt hvad der kan gøres for at bryde denne proces. Vi argumenterer for, at der kan ses en kobling fra vores fund omkring krænkelse af Millennials, og den stigning i stressramte på arbejdsmarkedet, som er under udvikling. Med afsæt i Honneth og Hegels formuleringer omkring *at lide under ubestemthed*, anskuer vi at vores identificerede problematik, omkring krænkelse af Millennials, har en direkte relation til stigningen af stress og depressioner, da som Hegel fremsætter,

at symptomet af denne lidelse, er depression. Vi ser dermed, at vores identificerede krænkelse af Millennials, i deres kamp for anerkendelse, kan være grunden til at flere og flere oplever at blive syge med stress og depression.

I diskussionen omkring hvad der så kan gøres for at bryde denne proces, fremsætter vi, at vores speciale skal ses som et bidrag til at skabe indsigt i og erkendelse omkring disse omkringliggende strukturer og processer, som vi omgiver os med og som former vores forståelse af verden. Som Hegel fremsætter, er erkendelse omkring de begrænsninger vi oplever, vejen til befrielse af individet. Det betyder, at vi med vores speciale kan bidrage til, at vi selv får indsigt i og skabt bevidsthed om disse processer og strukturer, som påvirker og former os, for derefter at kunne sætte os frie til at handle eller erkende anderledes. I diskussionen fremsatte vi, at en løsning af problematikken kan findes i praksis og her identificerer vi interviewpersonernes italesættelse af ekstra fokus på arbejdsmiljø som værende en mulighed. Vi tror her på, at fremsættelsen af denne løsning af problemet bevidner, at virksomhederne og arbejdsmarkedet selv er ved at være bevidste overfor den kommende fare ved krænkelse af individet. Vi vurderer at en manglende selverkendelse, i værste fald kan medføre deres egen selvudslettelse. Derfor ser vi det som positivt, at denne løsning af problematikken allerede flourer på arbejdsmarkedet, og at dette tages videre i den kommende tid. Dog mener vi også, at der kræves større bevidstliggørelse fra virksomhederne og arbejdsmarkedets side omkring de processer, som de selv er medvirkende til at reproducere, og hvordan dette medieres ud til individet.

Afslutningsvis i diskussionen har vi fremsat vores overbevisning om, at vi tror på, at paradigmet indenfor betydning af arbejde snart vil opleve et skift. Hvor vi nu kan se, via vores speciale, at arbejde både opfylder basale, ego og selvrealiserende behov, tror vi på, at folk vil begynde at søge at disse to øverste behov opfyldes andre steder end i deres arbejde, og at vi som samfund er på vej tilbage til en ældre tankegang omkring: *at vi må arbejde for at leve, og ikke leve for at arbejde.*

6. Bibliografi

- Akselsen, L. O. (2017). *Adjektiver og Titler i Daske Jobannoncer - Tekstanalytiske, korpuslingvistiske og semantiske perspektiver*. Roskilde: Roskilde Universitet - Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2009). Internalisering af virkeligheden. In E. Jerlang, *Sociologiske tænkere* (pp. 77-112). København: Hans Reitzels Forlag.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2014). *Den sociale konstruktion af virkeligheden*. København: Akademisk Forlag.
- Burr, V. (1995). *Social Constructionism*. London : Routledge.
- Buckley, J. (20. januar 2017). *Why Simon Sinek's Video on Millennials Was Wrong*. Hentet maj 2018 fra huffingtonpost.com: https://www.huffingtonpost.com/jared-buckley/why-simon-sineks-video-on_b_14008492.html
- Burton, J. (2011). Book review: Literature reviewing. *Journal of English for Academic Purposes*, 10(1), pp. 61-69.
- Christensen, K. (2005). Arbejde, identitet og mening. *Kristeligt Dagblad*.
- Collin, F. (2003). *Konstruktivisme*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Danmarks Statistik . (2018, april 30). *Arbejdsløsheden (MD.) Marts 2018*. Retrieved from dst.dk: <https://www.dst.dk/da/Statistik/nyt/NytHtml?cid=24849>
- Danske Medier. (5. december 2017). *Nye læsertal fra Index Danmark*. Hentet maj 2018 fra danskemedier.dk: <https://danskemedier.dk/mobil/nye-laesertal-fra-index-danmark/>
- Deal, J. J., Altman, G. D., & Rogelberg, G. S. (27. marts 2010). Millennials at Work: What We Know and What We Need to Do (If Anything). *Journal of Business and Psychology*, 25(2), s. 191-199.
- DeChane, D. J. (2014). How to Explain the Millennial Generation? Understand the Context. *Inquiries Journal/Student Pulse*, 6(3).
- Fairclough, N. (2008). *Kritisk diskursanalyse - en tekstsamling*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Forrester, M. (2012). Doing a Literature Review. In C. Sullivan, S. Gibson, & S. C. Riley, *Doing Your Qualitative Psychology Project* (pp. 82-100). London: SAGE Publications Ltd.
- Frimann, S. (2004). *Kommunikation - Tekst i kontekst*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

- Fremming, V. (6. august 2017). *Der vil ske en enorm opvågning de næste 10-20 år for Generation Y*. Hentet maj 2018 fra jyllands-posten.dk: <https://jyllands-posten.dk/debat/breve/ECE9767400/der-vil-ske-en-enorm-opvaagning-de-naeste-1020-aar-for-generation-y/>
- Hart, C. (1998). *Doing a Literature Review Releasing the Social Science Research Imagination*. London: Sage Publications.
- Hebsgaard, T. (16. august 2017). *Millennials får skyld for at være forkælede, selvoptagede og ulykkelige på deres job. Virkeligheden er lidt, øhm, anderledes*. Hentet maj 2018 fra Zetland.dk: <https://www.zetland.dk/historie/s8dMEVjb-ae6XddK5-55683>
- Heywood, A. (2003). *Political Ideologies*. New York: Palgrave Macmillan.
- Holm, A. B. (2012). E-Recruitment: The Move towards a Virtually Organized Recruitment Process. In S. de Juana-Espinosa , J. A. Fernandez-Sanchez, E. Manresa-Marhuenda, & J. Valdes-Conca, *Human Resource Management in the Digital Economy: Creating Synergy between Competency Models and Information* (pp. 80-95). Hershey: IGI Global.
- Honneth, A. (2003). *Behovet for Anerkendelse - En tekstsamling*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Honneth, A. (2008). Anderkendelsens pointe - et svar på et svar. In M. H. Jacobsen, *Anerkendelsespolitik* (pp. 111-162). Odense: Syddansk Universitetsforlag .
- Horsbøl, A., & Raudaskoski, P. (2016). *Diskurs og Praksis - teori, metode og analyse*. København: Samfundslitteratur.
- Howe, N. (8. Oktober 2009). Into the Fourth Turning. (D. Galland, Interviewer) Casey Research.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations - The History of America's Future 1584 to 2069*. New York: William Morrow.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). Where they come from. In N. Howe, & W. Strauss, *Millennials Rising - The Next Great Generation* (pp. 3-73). New York: Vintage Books.
- Jørgensen, M. W., & Phillips, L. (1999). *Diskurs Analyse - som teori og metode*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Jobindex. (n.d.). *Om Jobindex*. Retrieved maj 2018, from jobindex.dk: <https://www.jobindex.dk/cms/omjobindex/index.shtml>
- Karriere, A. (n.d.). *Karrieremessen*. Retrieved Maj 2018, from karriere.aau.dk: <http://www.karriere.aau.dk/studerende/karrieremessen/>

- Kantsø, T. (12. januar 2017). *De unge er ikke forkælede - de er den mest omstillingsparate generation nogensinde*. Hentet maj 2018 fra politiken.dk:
<https://politiken.dk/debat/debatindlaeg/art5784255/De-unge-er-ikke-forkaelede-de-er-den-mest-omstillingsparate-generation-nogensinde>
- Kforum. (n.d.). *Om Kforum*. Retrieved Maj 2018, from kommunikationsforum.dk:
<http://www.kommunikationsforum.dk/om>
- Kjørup, S. (2008). *Menneskevidenskaberne 2 - humanistiske forskningstraditioner*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Interview - det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Larsen, M. C., & Raudaskoski, P. (2016). Medieret diskursanalyse og Neksusanalyse. In A. Horsbøl, & P. Raudaskoski, *Diskurs og Praksis - teori, metode og analyse* (pp. 89-109). København: Samfundslitteratur.
- Levenson, A. R. (juni 2010). Millennials and the World of Work: An Economist's Perspective. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), s. 257-264.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. I P. Kecskemeti, *Karl Mannheim: Essays* (s. 276-322). London: Routledge.
- Myers, K. K., & Sadaghiani, K. (5. marts 2010). Millennials in the Workplace: A Communication Perspective on Millennials' Organizational Relationships and Performance. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), s. 225–238.
- Nicolini, D. (2013). *Practice Theory, Work & Organization*. Oxford: Oxford Univeristy Press.
- Peirce, C. S. (1955). *Philosophical writings of Peirce*. New York: Dover.
- Quest, I. (2016). *Simon Sinek on Millennials in the Workplace*. (S. Sinek, Udøvende kunstner)
- Raabæk, A. (29. marts 2017). *Test: Er du afhængig af internettet? Der er en meget dybere grund til din virkelighedsflugt*. Hentet maj 2018 fra jyllands-posten.dk: <https://jyllands-posten.dk/protected/premium/livsstil/ECE9405419/test-er-du-afhaengig-af-internettet-der-er-en-meget-dybere-grund-til-din-virkelighedsflugt>
- Rasborg, K. (2013). Socialkonstruktivismen i klassisk og moderne sociologi. In L. Fuglsang, P. B. Olsen, & K. Rasborg, *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne - på tværs af fagkulturer og paradigmer* (pp. 403-438). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

- Redaktionen. (2017, August 16). *Modalverber*. Retrieved from denstoredanske.dk:
http://denstoredanske.dk/Sprog,_religion_og_filosofi/Sprog/Morfologi_og_syntaks/modalverber
- Scollon, R. (2001). Action and Text: Towards An Integrated Understanding of the Place of Text in Social (Inter)Action, Mediated Discourse Analysis and the Problem of Social Action. In R. Wodak , & M. Meyer, *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 139-183). London: SAGE Publications.
- Scollon, R., & Scollon, S. W. (2004). *Nexus Analysis: Discourse and the Emerging Internet*. London: Routledge.
- Stressforeningen. (u.d.). *Stress og statistik*. Hentet maj 2018 fra stressforeningen.dk:
<http://www.stressforeningen.dk/stress-og-statistik/>
- Thompson, C., & Gregory, B. J. (oktober 2012). Managing Millennials: A Framework for Improving Attraction, Motivation, and Retention. *The Psychologist-Manager Journal*, 15(4), s. 237-246.
- Thorsen, L. (2018). Nyt sprog i jobannoncer: Engang skulle man være robust og udadvendt. I dag er det bedre at være proaktiv om ambitiøs. *Politikken*.
- University of Kent. (n.d.). *Dr Mike Forrester*. Retrieved maj 2018, from kent.ac.uk:
<https://www.kent.ac.uk/psychology/people/forresterm/?tab=contact>
- Videncenter for Arbejdsmiljø. (13. juli 2017). *Hvor mange er stressede?* Hentet maj 2018 fra arbejdsmiljoviden.dk: <http://www.arbejdsmiljoviden.dk/Emner/Psykosocialt-arbejdsmiljo/Stress/Viden-om-stress/Hvor-mange-er-stressede>
- Weiss, K. (15. februar 2009). Det er kedeligt at arkivere! *Nordjyske Stiftstidende*.
- Willig, R. (2007). *Til forsvar for kritikken*. København : Hans Reitzels Forlag.
- Winther, B. (28. februar 2011). Det danske videnssamfund hviler på ni brændende platforme. *Berlingske*.

7. Bilagsliste

Bilag 1

Bilag 2 – Spørgeskemabesvarelser

Bilag 3 – Interviewguide

Bilag 4 – Transskription

Bilag 5 – Jobopslag