



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för psykologi

Kandidatuppsats

**Hur ordval i arbetsannonser påverkar vem som söker:
En studie om metastereotyper, Self-efficacy och ålder.**

**How job ad wording affects who applies:
A study on meta stereotypes, Self-efficacy and age**

Malin Blomqvist, Maja Kallin Fredriksson

Kandidatuppsats HT 2022

Handledare: Ingela Steij Stålbrand

Examinator: Petri Kajonius

Abstract

Recruiting workforce is a constant challenge for many companies and organizations where they need to attract, hire, and keep qualified personnel, all while there is a shortage of capable and relevant candidates. Therefore, it is of utmost relevance to present a job ad that is optimized to the correct target group and demography. This essay combined meta stereotypes and Self-efficacy to find out how a job ad's wording affects what age group is more inclined to apply for a job through an experimental study ($N=228$; 46,49% aged 30 or younger, 53,51% aged 50 or above). Results showed there was a difference in how words are perceived based on the participants age, but that both age groups (below 30 and above 50) were more inclined to apply for the job ad designed to target the younger audience.

Key words: age, meta stereotype, recruitment, Self-efficacy, Big six

Sammanfattning

Organisationer och företag står konstant inför nya utmaningar kring att locka, rekrytera och behålla kvalificerad arbetskraft medan brist på kandidater råder. Att använda arbetsannonser för att presentera arbetet och optimera texten till rätt demografi och målgrupp kan därför vara avgörande för organisationens rekrytering och fortsatta kompetensförsörjning. Denna uppsats har undersökt, med hjälp av en experimentell studie, huruvida jobbanonsers ordval med metastereotyper för åldersgrupper påverkar vilken ålderskategori som är mest benägen att söka jobbet ($N=228$; 46,49% 18–30 år, 53,51% över 50 år). Resultatet visade att det fanns en skillnad i vilka ord som tilltalar vilken åldersgrupp, men att båda åldersgrupperna, 18–30 år och över 50 år, var mer benägna att söka arbetsannonser som producerats för att tilltala den yngre åldersgruppen. Resultatet visade även att Self-efficacy hos deltagarna ser olika ut beroende på ålder.

Key words: ålder, rekrytering, metastereotyp, Self-efficacy, Big six

Tack!

Tack till alla deltagare som svarat på enkäterna och vars svar som möjliggjort studiens genomförande. Tack till Ingela Steij Stålbrand som handlett under processens gång.

Thank you!

Thank you to the Eli family, your support will never go unnoticed.

Hur ordval i arbetsannonser påverkar vem som söker:

- En studie om metastereotyper, Self-efficacy och ålder.

Enligt Theurer et al (2018) råder det brist på arbetskraft inom många områden, detta innebär att de kvalificerade kandidater som existerar på arbetsmarknaden har möjlighet att vara kräsna och varsamt välja var de vill arbeta. Det kan därför vara avgörande för en organisation att formulera en arbetsannons som lockar relevanta kandidater och vara konkurrenskraftig om den arbetskraft som finns, kanske nu mer än någonsin med tanke på avsaknaden av adekvat kompetens (Theurer et al, 2018).

Rekrytering av ny arbetskraft är ett pågående projekt för de flesta organisationer, antingen ska organisationen växa, utvecklas eller hålla sig konkurrenskraftiga på en föränderlig arbetsmarknad genom ny kompetens till företaget. Det finns flera sätt rekryteringsprocesser kan bedrivas på, men en av de vanligare är att formulera en jobbanons som inkluderar information om positionen samt det formella och personliga krav som krävs för rollen (Walker & Hinojosa, 2013). Något som rekryteringsansvariga ofta förbiser är hur formuleringar och ordval uppfattas och tas emot av kandidater i olika åldrar (Newman et al 2014). Denna uppsats syftar till att undersöka hur ålder verkar som demografisk kategori och hur arbetsannonser kan skräddarsys för att nå en viss åldersgrupp.

Enligt rapporten Åldersperspektivet upplever 84% av 20–69 åringar i Sverige att variation i ålder på arbetsplatsen skapar bättre erfarenhetsutbyte och kunskapsöverföring. Samtidigt svarar 32% av rapportens deltagare att de i dagsläget inte har kollegor i blandade åldrar (Sifo, 2022). Detta talar för att rekrytera medvetet för både motverka kompetensglapp i ålder samt skapa en arbetsplats med smidigare kunskapsutbyte.

Att anpassa sin rekryteringsprocess till den målgrupp som vill nås är vanligt för att optimera räckvidden av sin arbetsannons, men Koçak et al (2022) visar på att just ålder ofta missas som demografi. Specifikationerna i en jobbanons påverkar kandidatens benägenhet att söka jobbet utifrån hur väl personlighetsbeskrivningen stämmer överens med individens sociala identitet samt hur denne tror sig uppfattas (Highhouse et al, 2017). Att därför nyttja ett språk som är maximalt anpassat till den relevanta åldersgruppen kan öka kandidaters benägenhet att söka jobbet.

Informationen som inkluderas i en jobbanons är ofta begränsad men samtidigt viktig för att ge arbetssökande chansen att avgöra om de uppfyller kraven för arbetet. Annonser ska ge individen en chans att bilda en positiv uppfattning om organisationen, och sedan avgöra om

de vill söka tjänsten eller ej (Highhouse et al, 2017). Forskning tyder också på att arbetssökande är uppmärksamma och vaksamma kring hur ordval interagerar med deras självbild (Koçak et al 2022). Därför avstår eventuellt kandidaten från att söka jobbet överhuvudtaget om beskrivningen inte ligger tillräckligt nära kandidatens uppfattning om sig själv. Att relevanta kandidater avstår att söka kan påverka totala antalet sökande, hur rekryteringsprocessen utspelar sig och tillslut vem som anställs och bidrar till företaget. Att avskräcka relevanta kandidater redan i första skedet av en anställningsprocess påverkar därför utfallet i rekryteringen, kanske kan denna risk motverkas om ålder tas mer hänsyn till?

Språkbruk i arbetslivet

Det finns en mängd forskning kring språkbruk i arbetsannonser och hur det kan påverka demografien kring de som söker arbetet. Exempelvis fastställer Wille et al (2017) att språkbruk kan påverka i hur stor utsträckning etniska minoriteter söker ett visst jobb. Detta fann Wille et al (2017) bero på om minoriteten uppfattade att annonsen innehöll negativa metastereotyper eller inte. Koçak et al (2022) upptäckte att ordval uppfattas olika beroende på mottagarens åldersgrupp men att denna forskningsfråga bör undersökas ytterligare.

Ordval och formuleringar kan enligt Semin & Fiedlers LC-Model (1991) påverka hur information tas emot och tolkas. De påvisar en skillnad i om egenskaper formuleras som adjektiv; "Vi förväntar oss *flexibla* kandidater" eller som ett beteende "Vi förväntar oss att kandidater *beter sig* på ett flexibelt vis". Begrepp som innebär negativa metastereotyper och används som ett adjektiv kan därför uppfattas som mindre attraktivt än om samma ord formuleras mer som ett beteende (Koçak et al, 2022). Detta belyser vidare vikten av ett språk som inkluderar, lockar och används målmedvetet i syfte att inte avskräcka eventuell kompetent arbetskraft.

Metastereotyper

Walter Lippman (1922) presenterade begreppet "*Stereotyper*" och beskrev det som information vi får av omgivningen innan vi tagit del av den, och som sedan påverkar hur efterföljande intryck uppfattas. I den 100 år gamla boken *Public Opinion* (1922) skriver Lippmann "We imagine most things before we experience them. And those preconceptions... govern deeply the whole process of perception." Begreppet metastereotyper beskrivs av Matthijs Bal et al (2015) som de övertygelser grupper *tror* att andra har gentemot dem. Att applicera definition av stereotyper och metastereotyper på rekryteringsprocess och ålder syns i stereotyper kring åldersgrupper. Stereotypen att unga är naiva uppstår undermedvetet i sekunden en kandidat uppfattas vara ung och färgar därefter rekryteringen. På samma sätt kan

en äldre kandidat antas vara rigid och inte öppen för förändring, endast på grund av dess ålder (Koçak et al, 2022).

För att påvisa hur mycket negativa fördomar kan påverka individer presenterade Vorauer et al (1998) forskning kring hur grupper betar sig mot varandra om det uppfattas finnas negativa fördomar emellan dem. Om en person uppfattar att en utgrupp har fördomar om den grupp man tillhör som är negativa eller avviker från sin självbild, kommer detta direkt påverka personens agerande mot utgruppen. Interaktionen påverkas av fördomen som antas existera då den uppfattas begränsa individen och dess egenkontroll över deras beteende (Vorauer et al 1998).

I anställningsprocessen kan detta förklaras som att en person som anses vara en äldre arbetssökande läser ordet "*Flexibel*" i en jobbbanners och då förväntar sig att rekryteraren besitter fördomen att äldre individer inte i sin natur är lika flexibla som yngre kandidater. Vid analys av Vorauer et al (1998) resultat kan detta leda till att kandidaten blir vaksam till att söka tjänsten då stereotypen inte går i linje med individens självbild. Här har stereotyper internaliserats och kan nu beskrivas som metastereotyper då det förväntas att utgrupperna innehar dessa förutfattade meningar.

Existerande stereotyper kring ålder i arbetslivet kan innefatta att äldre personer uppfattas som mindre mottagbara för förändring och till större utsträckning mindre flexibla medan yngre personer kan uppfattas som impulsiva och inte lika pålitliga (Koçak et al, 2022). Owuamalam och Zagefka (2014) hittade resultat som visar att en negativ metastereotyp minskade självkänslan hos både etniska minoriteter och kvinnor, som i sin tur påverkades deras tro på att bli anställda negativt. Därför kan det vara till gagn att undersöka hur ålder samvarierar med Self-efficacy och metastereotyper.

Self-efficacy

Tidigare forskning har kunnat presentera att negativa metastereotyper negativt påverkar etniska minoriteter och kvinnors benägenhet att söka ett arbete och Koçak (et al 2022) presenterade kompletterande forskning som kan förklara varför detta sker. En möjlig förklaring kan vara hur sökbenägenhet och metastereotyper samverkar med konstruktet Self-Efficacy.

Bandura (1977) presenterade begreppet Self-efficacy och dess definition; "People's beliefs in their capabilities to produce desired effects by their own actions". Bandura (1997) hävdar även att en individs tro på sig själv och dess Self-efficacy formar individens beteende i situationer. Maddux (2012) förtydligar definitionen kring att Self-efficacy inte är att förväxla med ett personlighetsdrag, självkänsla eller en tro i vad man kommer uppnå, utan en generell känsla för vad man kan uppnå.

Self-Efficacy är en förmåga som fortsätter att utvecklas under livets gång i takt med att individen processar och behandlar information från variationer av erfarenheter (Maddux, 2012). Det går därför att anta att Self-efficacy generellt är starkare hos en individ över 50 år än någon under 30 år.

Big Six HEXACO-Modellen

För att undersöka hur metastereotyper samspelar med olika åldersgrupper använde Koçak et al (2022) sig av Big Six HEXACO-modellen, för att ta fram ord kopplat till personlighetsdrag som representerar vardera åldersgrupp. Big Six innefattar sex personlighetsdrag; Neuroticism, Extraversion, Conscientiousness, Agreeableness, Openness to Experience, och Honesty-Humility (Ejova et al, 2020).

Conscientiousness gör sig i uttryck att en person är ordentlig, samvetsgrann och flitig. Det tenderar att vara lågt bland unga och tonåringar, och sedan öka i åldersspannet 18–30, för att sedan sjunka igen vid äldre vuxna (Terracciano et al, 2005). Conscientiousness är som högst någonstans mellan 50 och 70 års ålder, innan det dalar igen (Terracciano et al, 2005). Studien genomförd av Koçak et al (2022) utgår ifrån Big Six i sin studie kring ansökningsbenägenhet i samspel med ålder och ordval, denna uppsats använder sig av samma begrepp och har därför även sina rötter i HEXACO-Modellen.

Höga nivåer av agreeableness innebär att individen strävar efter social harmoni och hellre vill samarbeta än att tävla med sina medmänniskor (Ashton, M.C., & Lee, K. 2007). Det finns även forskning som visar att agreeableness ökar med åldern och detta faktum signalerar att Big Six kan tillägnas en åldersgrupp mer än en annan. (Terracciano et al, 2005).

Syfte och frågeställning

Uppsatsens syfte är att undersöka hur ålder, Self-efficacy och metastereotyper samverkar för att påverka en individs benägenhet att söka ett jobb baserat på annonsens ordval. Detta för att kunna få en tydligare bild av ålder som demografi samt hur jobbannonser och anställningsprocesser kan optimeras för att möta den önskade målgruppen. Denna uppsats frågeställning är därför;

Kan arbetssökandes benägenhet att söka ett jobb påverkas av den sökandes ålder och annonsens ordval?

Metod

Deltagare

Deltagarna rekryterades till undersökningen genom bekvämlighetsurval, enkäten delades via sociala medier till familj, vänner, kollegor och kurskamrater. Totalt svarade 228 personer på de två enkäterna, men eftersom det var av intresse att samla in svar från personer yngre än 30 samt äldre än 50 sållades svaren från deltagarna mellan 31–49 samt 0 -17 år gamla bort. Av de 228 deltagare, svarade 154 individer enkät A, och 74 individer på enkät B. Enkät A innehöll ord som kopplas till negativa metastereotyper för unga personer och enkät B innehöll ord som kopplas till negativa metastereotyper för äldre personer. Av de 228 deltagare, var 46 män och 178 kvinnor. 3 personer svarade “*annat*” avseende kön, och en person önskade ej uppge.

Samma urval valdes gällande åldersgrupper som Koçak et al (2022), det vill säga grupperna “yngre arbetare” under 30 år och “äldre arbetare” över 50 år. Dessa åldersgrupper är framtagna bland annat efter en studie av McCarthy et al (2014) som visade på att beslutsfattare inom organisationer uppfattar anställda över 50 år som “äldre anställda”.

Då ett tydligt avstånd mellan deltagarkategorierna var önskvärt, valdes yngre arbetare likt Koçak et al (2022), att identifieras som individer under 30 år. Finkelstein et al (2020) kom fram till att individer under 30 år kan kategoriseras som “ett annat livsstadie”, samt att denna grupp innehar andra metastereotyper än äldre personer, därför ansågs dessa åldersgrupper tjäna syftet för forskningsfrågan väl.

Tabell 1

Fördelning av deltagare

	Enkät A	Enkät B
>50 år	92 Deltagare	30 Deltagare
18-30 år	62 Deltagare	44 Deltagare

Material

Forskningsmaterialet bestod av två egenkonstruerade personlighetsbeskrivningar som var en del av enkäterna. Personlighetsbeskrivningarna innehöll negativa metastereotyper

för respektive åldersgrupp, samt annan neutral information för att fylla ut texten och inte göra studiens syfte för uppenbar. Det fanns ingen information om organisationen, ledningen, arbetssätt eller andra detaljer som skulle kunna påverka benägenheten att ansöka.

En av jobbannonserna, annons B, innehöll stereotypiskt negativa ord för 50+ personer och den andra jobbannonsen, annons A, innehöll stereotypiskt negativa ord för 18–30-åringar. Deltagarna fick ta del av en ofullständig jobbannons och i den inkluderades personlighetsbeskrivningen med de stereotypiska orden för respektive åldersgrupp. Orden var framtagna utefter Koçak et al (2022) och skulle representera ålderskategorierna utifrån Big Six Personality Model. Annons A, med de negativa metastereotyperna för 50+ år innehöll orden “Lydig”, “Flexibel” och “Inbjudande” (“Obedient”, “Flexible”, “Friendly”). Annons B, med negativa metastereotyper för den yngre åldersgruppen innehöll orden “Punktlig”, “Disciplinerad” och “Välplanerad” (“Punctual”, “Disciplined”, “Deliberative”). Nedan presenteras de två jobbannonserna för respektive åldersgrupp.

Negativa metastereotyper för åldern över 50, Annons A

För rollen bör du kunna kommunicera obehindrat på svenska i både tal och skrift. Vi tror att du är van att arbeta utifrån tydliga direktiv och lyda order på arbetsplatsen. Vi kan erbjuda start omgående med hänsyn till uppsägningstid. Rollen omfattar en heltidsanställning med kollektivavtal. Vi ser gärna att du är flexibel i ditt dagliga arbete och är inbjudande gentemot andra. Det är meriterande om du har avslutad utbildning inom området.

Negativa metastereotyper för åldern under 30, Annons B

För rollen bör du kunna kommunicera obehindrat på svenska i både tal och skrift. Vi tror att du är punktlig i ditt arbete och sköter ditt jobb på ett disciplinerat vis. Vi kan erbjuda start omgående med hänsyn till uppsägningstid. Rollen omfattar en heltidsanställning med kollektivavtal. Vi ser gärna att du är van att planera ditt arbete väl genomtänkt. Det är meriterande om du har avslutad utbildning inom området.

Ett mått för Self-efficacy inkluderades med fyra frågor från general Self-efficacy scale (GSE) (Schwarzer, R., & Jerusalem, M. 1995). Frågorna direktöversattes från engelska till svenska och mättes på en skala mellan 1–4, där 1= stämmer mycket väl och 4= stämmer inte

alls. Det engelska Self-efficacy-testet är ett välkänt mått och har en hög intern reliabilitet och ett Cronbachs alpha på $\alpha < .70$ (Schwarzer, R., & Jerusalem, M. 1995), när frågorna översattes till svenska nåddes ett cronbachs alpha på $\alpha = .72$ vilket är en adekvat nivå. Enligt (Navarro & Foxcraft, 2019) är ett adekvat mått på cronbachs alpha runt $\alpha < .70$.

Deltagarna ombads att i en fråga beskriva sig själva med tre ord från en lista med 14 ord. Orden som deltagarna fick välja bland var: “*Ordningsam*”, “*Kreativ*”, “*Punktlig*”, “*Kritiskt tänkande*”, “*Pålitlig*”, “*Disciplinerad*”, “*Vänlig*”, “*Entusiastisk*”, “*Flexibel*”, “*Tolerant*”, “*Noggrann*”, samt “*Tillmötesgående*”. Dessa ord valdes då de kan kopplas till Big six HEXACO- modellen i gällande Agreeableness och Conscientiousness (Ashton, M. C., & Lee, K. 2007). Orden “*Kreativ*”, “*Vänlig*”, “*Entusiastisk*”, “*Flexibel*”, “*Tolerant*” och “*Tillmötesgående*” är kopplat till höga nivåer av Agreeableness, och orden “*Ordningsam*”, “*Punktlig*”, “*Kritiskt tänkande*”, “*Pålitlig*”, “*Disciplinerad*” och “*Noggrann*” är kopplade till höga nivåer av Conscientiousness. Resterande ord: “*Tankspridd*”, “*Tekniskt intresserad*” och “*Energisk*” valdes med motiveringen att det inte skulle vara uppenbart vad det var som efterfrågades.

Design

Studien konstruerades som en 2x2 faktoriell design där personlighetsbeskrivningarna i en jobbbanners manipulerades med negativa metastereotyper för respektive åldersgrupp. Frågorna i enkät A och i enkät B var identiska och i samma ordning, det enda som manipulerades i enkäterna var respektive personlighetsbeskrivning i annonsen. Deltagarnas benägenhet till att söka jobbet var av intresse i bägge enkäter. I början av enkäten fick deltagarna information kring att de skulle föreställa sig att de är arbetssökande och att de besitter alla kompetenser som krävs för tjänsten. De ombads att föreställa sig att den information som inte presenterades skulle matcha deras intressen.

Bägge enkäter innehöll tre frågor där deltagarna fick svara i fritext (Se bilaga 1 och 2). Fråga 4 löd: “*Motivera gärna*” och den frågan relaterar till fråga 3 där deltagarna ombads att svara på hur benägna de var att söka tjänsten mellan ett spann på fyra svarsalternativ mellan “*Mycket benägen*” och “*Mycket obenägen*”. Fråga 7 var “*Anser du att det finns negativa stereotyper om din åldersgrupp/generation?*” och anledningen till att den frågan konstruerades med fritext som svarsalternativ var för att kunna få mer nyanserade svar snarare än endast Ja/Nej, alternativt en skala. Slutligen var den sista frågan i enkäterna “*Är det något du vill tillägga?*”, med motiveringen kring att fånga upp svar som annars hade gått miste om och möjligheten att få med personliga åsikter och uppfattningar.

Procedur

Enkäterna skrevs på svenska, därför spreds den i Sverige till individer runt om i landet mellan 17e november och 8e december 2022. Enkäterna spreds primärt på författarnas respektive Facebook, där de enbart har 10 gemensamma Facebook-vänner, därför är det inte troligt att flera personer har svarat på både enkät A och enkät B.Handledare Ingela Steij Stålbrand delade annons A på Facebook och LinkedIn samt uppmuntrade till att annons A även skulle spridas vidare genom kontakter på sociala medier med syfte att bistå och sprida enkäten ytterligare

Etik

Innan deltagarna fick ta del av enkätens text och frågor fick de läsa en kort text där de fick information kring att deltagandet var frivilligt samt att det gick att avbryta när än de ville. Det underrättades även om att känslig information inte samlas in samt att svaren inte på något sätt skulle kunna kopplas till en enskild individ. Ingen data som rör individers hälsa, religiös övertygelse, etniskt ursprung, politiska åsikter, medlemskap i fackförening, sexuell läggning eller dylikt samlades in. Deltagarna var totalt anonyma eftersom de aldrig gav ut namn, adress, personnummer eller bankuppgifter, som är uppgifter som ofta möjliggör att det går att kopplas till en individ. Det informerades kring att det inte fanns någon avsikt att påverka deltagarna i något avseende, och att det enbart var individernas svar som var av intresse.

Deltagarna informerades även att det enbart var Maja Kallin Fredriksson och Malin Blomqvist som skulle hantera och analysera datasvaren, samt att datan skulle komma att arkiveras och göras tillgänglig inom de etiskt och juridiskt korrekta ramarna efter att uppsatsen publicerats. Deltagarna hade möjlighet att kontakta Malin Blomqvist, Maja Kallin Fredriksson eller handledare Ingela Steij Stålbrand via mejl under, innan och efter avslutad enkät för eventuella frågor och oklarheter.

Statistisk-analys

Enkäterna konstruerades i Artologik Survey&Report och när insamlingen av deltagarnas svar var färdig överfördes all data till Jamovi version 1.8.0.0. Inledningsvis sållades det bort svar som inte var inom de intressanta åldersspannen. Därefter gjordes en ANOVA i avseende hur benägna deltagarna var att söka tjänsten i respektive annons. En ANOVA görs för att utforska sambandet mellan en kontinuerligt beroende variabel och en eller flera kategoriska förklarande variabler. Vidare används ett post hoc test avseende åldersgrupp och enkät kring frågan med hur benägna deltagarna var att söka tjänsten. F-värdet på ANOVAn var inte signifikant, men ett post hoc test används ändå för att analysera skillnader mellan grupperna i respektive enkät. Ett Independent Samples T-Test används vid analysen av Self-efficacy, samt kring dataanalysen med frågan där deltagarna ombads att beskriva sig själva med tre ord från listan. Ett Independent Samples T-Test används för att testa nollhypotesen att två grupper har samma medelvärde.

Resultat

1. Ordval och formuleringar som innehåller negativa metastereotyper om individens åldersgrupp kommer att påverka hens benägenhet att söka tjänsten negativt.
2. Respektive åldersgrupp i respektive enkät kommer att beskriva sig själva med ord som går i linje med metastereotypen för den åldersgruppen

Hypotes 1: Ordval och formuleringar som innehåller negativa metastereotyper om individens åldersgrupp kommer att påverka hens benägenhet att söka tjänsten negativt.

En ANOVA görs med målet att kunna svara på variansen mellan de fyra grupperna med deltagare. Resultatet visar på att deltagarna som fick ta del av annons B (n=74) var signifikant mer benägna att söka tjänsten jämfört med deltagarna som fick ta del av annons A (n= 154) oavsett åldersgrupp. Deltagare som var 50+ och som fick svara på annons B var mest benägna att söka tjänsten, därefter var deltagare som var mellan 18–30 i annons B benägna att söka. Den grupp som var minst benägna till att söka var deltagare som är 50+ i annons A.

Enkäterna innehöll ett mått för Self-efficacy på fyra frågor, där resultatet visar på att deltagare som tillhör 50+ gruppen har ett signifikant högre medelvärde på Self-efficacy jämfört

med deltagare som är i 18–30 år. En independent samples T-test gjordes för att se om svaren bland deltagarna i 18–30 (n= 106) och 50+ (n=122) skiljde sig åt mellan enkät A och enkät B, där ett icke-signifikant resultat hittades. Det visar på att Self-efficacy är stabilt oavsett vilket enkät som deltagaren blev exponerad inför, vilket är att önska. Det var inga signifikanta skillnader avseende Self-efficacy och kön.

Tabell 2

T-test resultat avseende benägenhet, personlighetsbeskrivningen och Self-efficacy.

Variabel	A		B		<i>t</i> (226)	<i>p</i>	Cohens <i>d</i>
	M	SD	M	SD			
Hur benägen att söka tjänsten?	2.79	0.90	1.81	0.805	7.92	<.001	1.12
Hur väl stämmer personlighetsbeskrivningen?	2.25	0.813	1.73	0.746	4.67	<.001	0.66
Self-efficacy	1.53	0.383	1.56	0.495	-0.556	0.579	-0.079

Tabell 3

ANOVA resultat avseende benägenhet och personlighetsbeskrivningen.

Variabel	A - 1		A - 2		B - 1		B - 2		<i>F</i> (1, 224)	η^2
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD		
Hur väl stämmer personlighetsbeskrivningen?	1.98	0.67	2.43	0.86	1.75	0.69	1.70	0.84	5.04	.02
Hur benägen att söka tjänsten?	2.53	0.92	2.96	0.85	1.75	0.65	1.90	1.0	1.24	.004

Hypotes 2: Respektive åldersgrupp i respektive enkät kommer att beskriva sig själva med ord som går i linje med metastereotypen för den åldersgruppen.

Deltagarna fick svara på frågan “*Vilka ord skulle beskriva dig bäst? Välj tre från listan*”. Deltagarna kunde således klicka i tre ord i listan på 15 ord, eller välja att klicka i en eller två eller att inte välja några alls. Fyra signifikanta resultat extraherades från den frågan. Då deltagarna endast kunde välja eller inte välja ett ord för att beskriva sig själva så översattes datan till 1 = deltagaren valde ordet och 0 = deltagaren valde inte ordet. Således indikerar ett högre medelvärde att fler deltagare valt just det ordet och kan ses som en procentsats för hur stor andel av gruppen som valt ett specifikt ord. Gällande “*Ordningsam*” valde signifikant fler i 18–30 åldersgruppen det (M=0.33, SD =0,473) jämfört med 50+ gruppen (M=0.18, SD= 0,386). Angående “*Kreativ*” var det signifikant fler i 50+ gruppen som valde ordet (M= 0.39, SD= 0,489) jämfört med 18–30 åringarna (M= 0.21, SD 0,407). “*Energisk*” var det också signifikant fler äldre som skattade sig själva som (M=0.21, SD= 0,411) jämfört med 18–30 åringarna (M= 0.09, SD= 0,294). Slutligen upptäcktes signifikanta skillnader avseende “*Tillmötesgående*”, där det var signifikant fler 18–30 åringar som valde det (M= 0.28, SD= 0,453) jämfört med 50+ gruppen (M= 0.16, SD= 0,372).

Gällande frågan “*Vilka ord skulle beskriva dig bäst? Välj tre från listan*” görs en Reliabilitetsanalys för att undersöka hur till vilken utsträckning orden ser ut att mäta konstrukten Agreeableness och Conscientiousness. Om en deltagare skattar högt på exempelvis “*Ordningsam*” bör samma deltagare skatta högt på “*Noggrann*”. Eftersom deltagarna hade möjlighet att antingen välja ordet från listan eller låta bli att göra det, mäter reliabilitet analysen i vilken utsträckning samma deltagare har valt exempelvis “*Ordningsam*” och “*Noggrann*”. Orden “*Ordningsam*”, “*Punktlig*”, “*Kritiskt tänkande*” “*Noggrann*” och “*Disciplinerad*” som avser mäta conscientiousness fick ett CronBachs Alpha på $\alpha = .213$ vilket är en undermålig nivå. Idealiskt ska ett resultat på minst 0.7 uppnås för att kunna vara ett bra mått för conscientiousness. Orden “*Vänlig*”, “*Tillmötesgående*”, “*Entusiastisk*”, “*Flexibel*”, “*Kreativ*” och “*Tolerant*” är kopplade till Agreeableness och ett Cronbachs Alpha för måttet landade på $\alpha = .194$, vilket inte heller är en godkänd nivå. Således går det inte att få heltäckande reliabla mått på vare sig agreeableness eller conscientiousness.

Diskussion

Benägenhet till att söka tjänsten

Enligt hypotes 1 förväntades det att 50+ deltagare skulle bli avskräckta från att vilja söka annons B, samt att de skulle vara mer benägna till att söka annons A. På motsatt sätt förväntades det att deltagare i åldrarna 18–30 skulle svara. Det förväntades att respektive åldersgrupp skulle svara i linje med vad som är metastereotypen för den åldersgruppen, men resultatet visar på att bägge åldersgrupper föredrog annons B.

I linje med hypotes 1, visar resultatet från datan att det till viss del spelar roll vad för ord som inkluderas i jobbannonser. Studiens resultat visar att vissa formuleringar eller ordval kan avskräcka arbetssökande från att söka en tjänst, på samma sätt som andra formuleringar kan locka in arbetssökande till att söka tjänsten. För exakt samma roll, upptäcktes signifikanta skillnader avseende benägenhet till att söka tjänsten, beroende på vilken personlighetsbeskrivning som presenterades. För att fastställa kausala samband krävs däremot flera testningar som möjliggör en generalisering till populationen i stort.

Att ålderskategorier bland kandidater ofta inte tas i beaktning kan vara problematiskt, speciellt när företag vill rikta sig mot en viss ålder som en del av en rekryteringsstrategi (Koçak et al 2022). Både slutsatsen i Koçaks resultat och i denna uppsats tyder på att jobbannonser bör formuleras med den tänkta målgruppen i beaktning för att lyckas nå fler sökande, och då även inkludera ålder som relevant faktor.

Koçak (2022) kommer fram till att äldre personer tenderar att reagera negativt när negativa metastereotyper för deras åldersgrupp presenteras, och att yngre personer inte hade något signifikant preferens. Det går inte att finna liknande trender i denna studies resultat eftersom att bägge åldersgrupper föredrog annons B. Det är därför värdefullt att resonera kring hur det kommer sig att två liknande studier med liknande metod kommer fram till två olika resultat? Respektive studier har genomförts i två olika länder; Sverige och Belgien, och det går eventuellt att till en viss grad tillskriva de kulturella skillnaderna länderna emellan till de olika resultaten. Eftersom bägge studier genomförts under 2022 går det att eliminera risken att studiens ålder haft en påverkan på resultatet.

Lyda order

Det var 94 deltagare som svarade på enkät A och reagerade negativt på formuleringen “*lyda order*” när möjligheten gavs till att skriva fritt, vilket kan förklara varför deltagarna både

var signifikant mindre benägna till att söka tjänsten jämfört med annons B samt att andra studier fått annorlunda resultat.

Originaltexten som utvecklades av Koçak (et al 2022) ville nå en metastereotyp mot deltagare som är 50+ och formulerade detta som “*obedient*”. Vidare översattes detta till “*lyda order*” i denna enkät och det kan antas att det ordvalet har påverkat resultatet. I en svensk kontext kan ordet “*lyda*” uppfattas som inskränkande på individens integritet och en deltagare som läst enkät A lämnade kommentaren “*Orden*”*lyda order*” är ett varningstecken för dålig arbetskultur”. Detta kan förklara varför enkät B, med metastereotyper för yngre, var generellt mer populär bland de båda åldersgrupperna. I replikering av studien och vidare forskning bör detta ordval ses över för att säkerställa att den kulturella kontexten inte har för stor inverkan på enkätens syfte. Eventuellt kan ordet “*följsamhet*” bättre definiera fenomenet undersökningen vill nå.

Rörande frågan där deltagarna ombads att välja tre ord som bäst beskriver dem personlighetsmässigt upptäcktes signifikanta resultat kring specifika åldersgrupper och orden “*Ordningsam*”, “*Kreativ*”, “*Tillmötesgående*” och “*Energisk*”. Här var det tydligt att den ena åldersgruppen föredrog att beskriva sig själv med ett av dessa ord i större utsträckning än den andra åldersgruppen då 50+ deltagare valde att beskriva sig som *kreativ* och *energisk* signifikant mer än 18–30 åringarna, medans 18–30 deltagarna valde orden “*Ordningsam*” och “*Tillmötesgående*” signifikant mer än 50+ deltagarna. Detta går inte i linje med hypotes 2 eftersom deltagarna inte beskrivit sig själva i linje med deras respektive metastereotyper. Det skulle därför kunna fastställas att dessa ord kan användas i framtida jobbbannonser där en viss åldersgrupp vill nås. Det finns således grund att anta att olika ord resonerar med olika individer delvis beroende på individens ålder, och mer specifikt i hur väl just dessa ord representerar individer. Det är värt att notera effekten av social önskvärdhet kring denna fråga då deltagare eventuellt uppfattat att det finns svar som är mer rätt eller fel och att det påverkat deltagarnas svar.

Begränsningar

Orden som valdes ut i fråga sex i enkäterna ska vara kopplade till begreppen agreeableness och conscientiousness från Big Six HEXACO-modellen, med förhoppningen om att kunna utläsa hur deltagarna själva skulle beskriva sig. Eftersom deltagarna kunde antingen välja ett ord, eller välja att inte göra det, innebär det att det inte gick att få ut data om alla 14 ord per varje deltagare, vilket hade möjliggjort för mer nyanserad dataanalys och jämförelse mellan grupperna. Orden valdes ut med motiveringen att det passade in i beskrivningen på begreppet i Big Six HEXACO-modellen, men när ett Cronbach's alpha test gjordes fick vi fram

ett resultat på $\alpha=.213$ avseende conscientiousness vilket är ett lågt resultat. Resultatet för agreeableness landade på $\alpha=.194$. Det betyder att måtten för conscientiousness och agreeableness har låg validitet och därför är undermåliga mått för att mäta respektive psykologiskt begrepp.

Hade studien replikerats, skulle det vara fördelaktigt att använda sig av ett redan etablerat mått för begreppet conscientiousness som har högre innehållsvaliditet. Hade frågan omkonstruerats till att mäta varje ord på en skala hade det möjliggjort för mer nyanserad analys av datan och det är troligt att resultatet hade blivit annorlunda. Det hade eventuellt visat på att orden för agreeableness respektive conscientiousness är ett bättre mått än vad som nu blev resultatet. Nackdelen med att omkonstruera frågan till att mäta på varje ord är däremot att det skulle bli avsevärt fler frågor på enkäten, och en eventuell risk med det är att deltagarna tröttnar och avslutar enkäten i förtid. Det finns även risk att deltagare svarar ovarsamt för att bli färdig snabbare, vilket i sig blir ett hot mot den interna reliabiliteten.

Studien har i stor utsträckning tagit inspiration från den belgiska studien gjord av Koçak (2022), vilket innebär att det i sin tur skulle vara relativt enkelt att replikera studien i ett annat land eller annan kontext. Idealiskt skulle man få samma resultat vid upprepade testningar, men det är värt att ha i åtanke att studierna har genomförts i olika länder med olika deltagare vilket kan förklara de olika resultaten. För att kunna fastställa att studien har en hög reliabilitet så bör den replikeras i Sverige vid upprepade tillfällen med ett test-retest. Om det då skulle bli samma resultat flera gånger går det att konstatera att reliabiliteten är hög. Frågorna som hör till Self-efficacy togs från ett redan etablerat mått (GSE), och de används med motiveringen att försäkra innehållsvaliditeten av frågorna.

Ett post hoc test utfördes trots att det inte gick att utvinna något signifikant f-värde från ANOVAn, och anledningen till att det användes ändå var för att post hoc testet kan avslöja skillnader mellan tre eller fler gruppmedelvärden i en variansanalys. När ett post hoc test gjordes extraherades flera signifikanta skillnader mellan grupperna och dessa resultat bör därför beaktas med varsamhet. Med rimlig spekulation hade ett signifikant f-värde gått att utvinnas från ANOVAn om åldersgruppernas storlek hade varit mer jämn.

Fördelningen av svaren var inte jämn då det var 154 deltagare som svarade på enkät A, och 74 deltagare som svarade på enkät B. Likaså var fördelningen av könen inte jämn, där det var 178 kvinnor och 46 män. Det är fördelaktigt för att kunna dra så korrekta slutsatser som möjligt att grupperna är någorlunda jämna i storlek. Det går inte att utesluta att annorlunda resultat eventuellt hade utvunnits om gruppfordelningen hade varit mer jämn.

Stereotyper och förutfattade meningar kring ålder i rekryteringsprocessen kan förstärka åldershomogeniteten på arbetsplatsen och motverka att organisationen utvecklas på ett holistiskt sätt. Med tanke på att en klar majoritet av yrkesverksamma i Sverige enligt Sifo (2022) upplever att mångfald sett till ålder skapar en bättre arbetsplats med effektivare erfarenhetsutbyte kan det vara fördelaktigt att rekrytera mer medvetet för att inkludera en större variation av ålder. Forskning av Owuamalam och Zagefka (2014) fann negativ påverkan i minoriteters självförtroende om negativa metastereotyper presenterades och det är därmed möjligt att anta att detta även gäller åldersgrupper. Däremot har inte definitiva resultat kring att ålder är främsta faktorn i just denna studie, och bör därmed undersökas vidare.

Self-efficacy

Enkäten samlade in data om deltagarnas kön med syftet att undersöka eventuella samband mellan Self-efficacy och benägenhet att söka i förhållande till kön. Inga signifikanta resultat kunde härledas beroende på om deltagaren identifierar sig som man, kvinna eller annat. Detta visar på att ålder är en mer avgörande faktor än kön i huruvida individer kan identifiera sig med en text eller inte. För att kunna dra en mer generaliserbar slutsat borde grupperna varit mer jämna i storlek då enkätens könsfördelning var 78,47% kvinnor.

Att äldre har högre Self-efficacy än yngre kan tänkas bero på att Self-efficacy är något som ändras under tid. Personer som är 50+ har rimligtvis mer livserfarenhet, fått misslyckas fler gånger och därmed fått bättre grepp om sin egenförmåga än en 18–30-åring med mindre erfarenhet (Maddux, 2012). Den högre Self-efficacyn bland den äldre åldersgruppen skulle kunna bidra till att äldre i större utsträckning tror på sin egen förmåga att få ett jobb samt en attityd av att "*Jag vet vad jag förtjänar*" gentemot jobbsökandet.

Framtida forskning

Framtida intressanta forskningsområden att vidare undersöka kan vara hur ålder, self efficacy och metastereotyper samverkar inom fler områden, exempelvis gruppdynamiker på arbetsplatser. Ytterligare vore det givande att undersöka hur ord uppfattas i generell bemärkelse, med tanke på våra resultat om "*lyda order*", eller att skifta fokus på experimentet i syfte att undersöka hur rekryterare uppfattar två identiska CV tillhörande kandidater från olika åldersgrupper.

Framtida replikationer av studien hade dragit fördel av att låta deltagarna skatta sig på var och ett av de 15 orden för att på så sätt generera data som lämpar sig bättre för att ge svar på generella psykologiska mått som conscientiousness och agreeableness.

Denna uppsats har kunnat presentera att ordval i en jobbbanners till viss del påverkar vem som söker tjänsten och tillsammans med tidigare forskning kan slutsatser dras kring att

ordval och formuleringar är viktigt i relation till ålder i rekryteringsprocesser. Detta för att få en arbetsplats med effektivare informationsutbyte. Studiens genomförande samt dess resultat bjuder in till framtida forskning inom området som innebär en start till kartläggning av ålder som demografi inom rekrytering. Vi anser att uppsatsen bidrar med en kunskapsvinst inom forskningsområdet och förhoppningen är att rekrytering framöver sker med ålder i åtanke som en legitim demografi med inkludering och mångfald som slutmål.

Referenser

- Ashton, M. C., & Lee, K. (2007). Empirical, theoretical, and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and Social Psychology Review*, 11, 150-166.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191–215.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- Ejova, A., Milojev, P., Worthington, E. L., Bulbulia, J., & Sibley, C. G. (2020). The Big Six Personality Traits and Mental Distress: Dynamic Modeling in a Population Panel Study Reveals Bidirectional Relationships Involving Neuroticism, Extraversion, and Conscientiousness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(9), 1287–1302. <https://doi.org/10.1177/0146167219895349>
- Finkelstein, L. M., Voyles, E. C., Thomas, C. L., Zacher, H., & Truxillo, D. (2020). A daily diary study of responses to age meta-stereotypes. *Work, Aging and Retirement*, 6(1), 28–45. <https://doi.org/10.1093/workar/waz005>
- Highhouse, S., Thornbury, E. E., & Little, I. S. (2007). Social-identity functions of attraction to organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103(1), 134–146. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.01.001>
- Koçak, A., Derous, E., Born, M. P., & Duyck, W. (2022). What (not) to add in your ad: When job ads discourage older or younger job seekers to apply. *International Journal of Selection and Assessment*, 1–13. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12385>
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace.
- Maddux, J.M., (2012) *Self-Efficacy: The Power of Believing You Can*. DOI:10.1093/oxfordhb/9780195187243.013.0031
- McCarthy, J., Heraty, N., Cross, C., & Cleveland, J. N. (2014). Who is considered an “older worker”? Extending our conceptualisation of “older” from an organisational decision maker perspective.

HumanResource Management Journal, 24(4), 374–393. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12041>

Navarro DJ and Foxcroft DR (2022). learning statistics with jamovi: a tutorial for psychology students and other beginners. (Version 0.75). DOI: 10.24384/hgc3-7p15

Newman, D. A., Jones, K. S., Fraley, R. C., Lyon, J. S., & Mullaney, K. M. (2014). Why minority recruiting doesn't often work, and what can be done about it: Applicant qualifications and the 4-group model of targeted recruiting. In K. Y. T. Yu & D. M. Cable (Eds.), *The Oxford handbook of recruitment* (pp. 492–556). Oxford University Press.

Owuamalam, C. K., & Zagefka, H. (2014). On the psychological barriers to the workplace: When and why metastereotyping undermines employability beliefs of women and ethnic minorities. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 20(4), 521–528. <https://doi.org/10.1037/a0037645>

P. Matthijs Bal, Annet H. de Lange , Beatrice I.J.M. Van der Heijden, Hannes Zacher, Frank A. Oderkerk, Sabine Otten (2015) Young at heart, old at work? Relations between age, (meta-)stereotypes, self-categorization, and retirement attitudes. *Journal of Vocational Behaviour* 91 (2015), 35–45. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jvb.2015.09.002>

Semin, G. R., & Fiedler, K. (1991). The linguistic category model, its bases, applications and range. In *European Review of Social Psychology* 203 (pp. 1-30). Wiley. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n16>

Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). Generalized Self-Efficacy scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston, *Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs* (pp. 35-37). Windsor, UK: NFER-NELSON.

Sifo. (2022, april) Åldersperspektivet <https://www.aldersperspektivet.se/>

Terracciano A, McCrae RR, Brant LJ, Costa PT., Jr. (2005). Hierarchical linear modeling analyses of the NEO-PI-R scales in the Baltimore Longitudinal Study of Aging. *Psychology and Aging*. 2005;20:493–506.

Theurer, Christian P. and Tumasjan, Andranik and Tumasjan, Andranik and Welp, Isabell M. and Lievens, Filip, Employer Branding: A Brand Equity-Based Literature Review and Research

Agenda (January 2018). *International Journal of Management Reviews*, Vol. 20, Issue 1, pp. 155-179, 2018,

Vorauer, J. D., Main, K. J., & O'Connell, G. B. (1998). How do individuals expect to be viewed by members of lower status groups? Content and implications on meta-stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 917-937. doi:10.1037/0022-3514.75.4.917

Walker, H. J., & Hinojosa, A. S. (2013). Recruitment: The role of job advertisements. In K. Y. T. Yu & D. M. Cable (Eds.), *The oxford handbook of recruitment* (pp. 269–283). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199756094.001.0001>

Wille, L., & Derous, E. (2017). Getting the words right: When wording of job ads affects ethnic minorities' application decisions. *Management Communication Quarterly*, 31(4), 533–558. <https://doi.org/10.1177/0893318917699885>

Appendix

Bilaga 1

Enkät A

Ditt deltagande i studien är frivilligt, dina svar är anonyma och du kan avbryta ditt deltagande när du vill. Vi undersöker individers vanor att läsa jobbbannonser.

All data behandlas konfidentiellt och kan inte kopplas till dig som enskild individ. Den här enkäten är inte ämnad för insamlingen av personlig information, all personlig information som delges frivilligt kommer raderas omedelbart.

Endast Maja Kallin Fredriksson och Malin Blomqvist kommer bearbeta och analysera den insamlade datan. Datan kommer arkiveras och göras tillgänglig inom etiskt och juridiskt korrekta ramar efter att avhandlingen publiceras. Om det skulle uppstå några oklarheter under, eller efter, ditt deltagande i studien så kan du kontakta:

Maja Kallin Fredriksson på: ma7218ka-s@student.lu.se

Malin Blomqvist på: ma8131bl-s@student.lu.se

Handledare Ingela Steij Stålbrand nås på mail: Ingela.stej_stalbrand@psy.lu.se

Tack för ditt deltagande!

Vi är två studenter från Lunds universitet som just nu skriver vår kandidatuppsats i psykologi. Vi vill undersöka individers vanor att läsa jobbbannonser. Det tar cirka 5-10 minuter att besvara enkäten. //Maja och Malin

1. Hur gammal är du? Svara med siffror.

2. Vilket kön identifierar du dig med?

- *Man*
- *Kvinna*
- *Annat*
- *Vill ej uppge*

Du kommer att få ta del av ett stycke i en jobbbeskrivning. Föreställ dig att du är arbetssökande och att du möter alla krav som behövs för tjänsten. Föreställ dig att dina tidigare arbetslivserfarenheter är lämpliga för den här rollen. Du kommer bara att få ta del av en bit av jobbbeskrivningen, så föreställ dig att resterande del av jobbbeskrivningen passar in på dina intressen.

Jobbbeskrivningen:

"För rollen bör du kunna kommunicera obehindrat på svenska i både tal och skrift. Vi tror att du är van att arbeta utifrån tydliga direktiv och lyda order på arbetsplatsen. Vi kan erbjuda start omgående med hänsyn till uppsägningstid. Rollen omfattar en heltidsanställning med kollektivavtal. Vi ser gärna att du är flexibel i ditt dagliga arbete och är inbjudande gentemot andra. Det är meriterande om du har avslutad utbildning inom området. "

3. Hur benägen är du till att söka den här rollen?

- *Mycket benägen*
- *Ganska benägen*
- *Ganska obenägen*
- *Mycket obenägen*

4. Motivera gärna

5. Hur väl anser du att personlighetsbeskrivningen i annonsen stämmer in på dig?

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

6. Vilka ord skulle beskriva dig bäst? Välj tre från listan.

Ordningsam

Kreativ

Punktlig

Kritiskt tänkande

Pålitlig

Disciplinerad

Vänlig

Energisk

Entusiastisk

Tekniskt intresserad

Tankspridd

Flexibel

Tolerant

Noggrann

Tillmötesgående

7. Anser du att det finns några negativa stereotyper om din åldersgrupp/generation?

8. Jag kan lösa de flesta problem om jag investerar de nödvändiga ansträngningar

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

9. Jag är övertygad om att jag skulle kunna hantera oväntade händelser effektivt

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

10. Jag kan vara lugn när jag står inför svårigheter eftersom jag kan lita på min hanteringsförmåga

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

11. Jag kan alltid lösa svåra problem om jag försöker tillräckligt hårt

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

12. Är det något du vill tillägga?

Bilaga 2.

Enkät B

Ditt deltagande i studien är frivilligt, dina svar är anonyma och du kan avbryta ditt deltagande när du vill. Vi undersöker individers vanor att läsa jobbannonser.

All data behandlas konfidentiellt och kan inte kopplas till dig som enskild individ. Den här enkäten är inte ämnad för insamlingen av personlig information, all personlig information som delges frivilligt kommer raderas omedelbart.

Endast Maja Kallin Fredriksson och Malin Blomqvist kommer bearbeta och analysera den insamlade datan. Datan kommer arkiveras och göras tillgänglig inom etiskt och juridiskt korrekta ramar efter att avhandlingen publiceras. Om det skulle uppstå några oklarheter under, eller efter, ditt deltagande i studien så kan du kontakta:

Maja Kallin Fredriksson på: ma7218ka-s@student.lu.se

Malin Blomqvist på: ma8131bl-s@student.lu.se

Handledare Ingela Steij Stålbrand nås på mail: Ingela.stej_stalbrand@psy.lu.se

Tack för ditt deltagande!

Vi är två studenter från Lunds universitet som just nu skriver vår kandidatuppsats i psykologi. Vi vill undersöka individers vanor att läsa jobbannonser. Det tar cirka 5-10 minuter att besvara enkäten. //Maja och Malin

1. Hur gammal är du? Svara med siffror.

2. Vilket kön identifierar du dig med?

- *Man*
- *Kvinna*
- *Annat*
- *Vill ej uppge*

Du kommer att få tal del av ett stycke i en jobbannons. Föreställ dig att du är arbetssökande och att du möter alla krav som behövs för tjänsten. Föreställ dig att dina tidigare arbetslivserfarenheter är lämpliga för den

här rollen. Du kommer bara att få ta del av en bit av jobbannonsen, så föreställ dig att resterande del av jobbeskrivningen passar in på dina intressen.

Jobbannonsen:

"För rollen bör du kunna kommunicera obehindrat på svenska i både tal och skrift. Vi tror att du är punktlig i ditt arbete och sköter ditt jobb på ett disciplinerat vis. Vi kan erbjuda start omgående med hänsyn till uppsägningstid. Rollen omfattar en heltidsanställning med kollektivavtal. Vi ser gärna att du är van att planera ditt arbete väl genomtänkt. Det är meriterande om du har avslutad utbildning inom området.

3. Hur benägen är du till att söka den här rollen?

- *Mycket benägen*
- *Ganska benägen*
- *Ganska obenägen*
- *Mycket obenägen*

4. Motivera gärna

5. Hur väl anser du att personlighetsbeskrivningen i annonsen stämmer in på dig?

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

6. Vilka ord skulle beskriva dig bäst? Välj tre från listan.

Ordningsam

Kreativ

Punktlig

Kritiskt tänkande

Pålitlig

Disciplinerad

Vänlig

Energisk

Entusiastisk

Tekniskt intresserad

Tankspridd

Flexibel

Tolerant

Noggrann

Tillmötesgående

7. Anser du att det finns några negativa stereotyper om din åldersgrupp/generation?

8. Jag kan lösa de flesta problem om jag investerar de nödvändiga ansträngningar

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

9. Jag är övertygad om att jag skulle kunna hantera oväntade händelser effektivt

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

10. Jag kan vara lugn när jag står inför svårigheter eftersom jag kan lita på min hanteringsförmåga

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

11. Jag kan alltid lösa svåra problem om jag försöker tillräckligt hårt

- *Stämmer mycket väl*
- *Stämmer ganska bra*
- *Stämmer ganska dåligt*
- *Stämmer inte alls*

12. Är det något du vill tillägga?