

GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för svenska språket

Samarbetsvillig och serviceinriktad
- platsannonserns konstruktion av lärarrollen och
gymnasieskolans marknadsanpassning, en diskursanalys

Klara Gustafsson

Specialarbete, 15 hp
Svenska för blivande lärare, specialisering 2, LSV 410
Ht 2011
Handledare: Karin Helgesson

Sammandrag

Förändringar i samhället i stort leder till förändringar i skolans uppgifter vilket i sin tur påverkar förväntningar på lärarna och två av skolområdets mest omfattande reformer är 1990-talets kommunalisering av skolan och den så kallade friskolereformen. Genom friskolereformen kan offentligt finansierade gymnasieskolor drivas i privat regi och valfrihet på skolområdet innebär konkurrens mellan skolor.

Syftet med undersökningen är att studera hur lärarrollen konstrueras i platsannonser och vilka eventuella skillnader som finns mellan kommunala och fristående skolor. Dessutom syftar undersökningen till att klargöra huruvida annonserna påverkats av ett marknadstänkande.

Undersökningen bygger på *diskursanalytiska* teorier. I en första analys av lärarrollen studeras hur denna är konstruerad i platsannonsen och i en andra analys studeras annonsernas *interdiskursivitet* för att finna eventuella inslag av en marknadsdiskurs i den skoldiskurs som annonserna rymmer inom.

Undersökningen visar att läraren som söks är en utbildad lärare med både god pedagogisk kompetens och ämneskompetens. Den fristående skolan söker i något högre grad en pedagogiskt kompetent lärare medan den kommunala skolan söker en ämneskunnig. Läraren ska vilja arbeta i arbetslag och den mest eftersökta personliga egenskapen är samarbetsförmåga och utvecklingsarbete och en positiv syn på elever är viktigt i annonserna.

Den andra analysen visar att det finns inslag av en marknadsdiskurs i annonserna. Detta syns bland annat genom användandet av ord som *koncern*, *utbildningsföretag*, *coach* och *team* samt att lärarna ska vara till exempel *flexibla*. I annonserna finns en marknadsföringsdiskurs där skolornas värde framhålls och där marknadsföring är en arbetsuppgift för lärarna. Dessutom finns formuleringar som tyder på att elever och föräldrar ses som kunder och där verksamheten har ett fokus på mål och resultat.

De fristående skolorna konstateras ha en högre interdiskursivitet vilket tyder på en större förändring och på att den fristående skolan bidrar till ytterligare marknadsanpassning.

Nyckelord: diskursanalys, lärarrollen, marknadsanpassning

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
2. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	2
3. TIDIGARE FORSKNING	2
3.1 Lärarrollen	2
3.1.1 Aspekter av läraryrket	2
3.1.2 Formell utbildning	3
3.1.3 Ämnesproffs eller en god pedagog?	4
3.1.4 Arbetsform	4
3.1.5 Elevsyn	4
3.2. Arbetslivet och platsannonser	5
3.2.1 Ett nytt arbetsliv	5
3.2.2 Platsannonser	5
3.3 Fristående skolor	7
3.3.1 Eleverna och lärarna	8
3.3.2 Skillnader mellan kommunala och fristående skolor	8
3.4 Skolan på en marknad	9
3.5 Att studera marknadsanpassning	10
3.5.1 Exemplet den högre utbildningen	10
4. TEORI, METOD OCH MATERIAL	11
4.1 Teoretiska utgångspunkter	12
4.1.1 Diskursanalys	12
4.2 Metod	13
4.2.1 Faircloughs analysmodell	13
4.2.2 Metod för denna undersökning	14
4.2.3 Material, avgränsning och genomförande	15
5. RESULTAT OCH ANALYS	16
5.1 Generell fakta om annonserna och tjänsterna	16

5.2 Analys av lärarrollen	17
5.2.1 Formell utbildning	17
5.2.2 Personliga egenskaper	19
5.2.3 Den pedagogiska och didaktiska dimensionen	20
5.2.4 Den sociala och emotionella dimensionen	22
5.2.5 Den organisatoriska dimensionen	23
5.2.6 Exempelanalys Stockholms stad, Södra Latins gymnasium	23
5.2.7 Exempelanalys JB Education AB, John Bauergymnasiet i Malmö	25
5.3 Analys av marknadstänkande	27
5.3.1 Företag, koncern och koncept	27
5.3.2 Marknadsföringsfokus	28
5.3.3 Mål, resultat och kunder	29
5.3.4 Den flexibla coachen	30
5.3.5 Entreprenöriellt lärande och näringsliv	32
6. DISKUSSION	33
6.1 Forskningsfrågorna	33
6.1.1 Vilka kompetenser och egenskaper söks hos lärarna och finns det skillnader mellan kommunala och fristående skolor?	33
6.1.2 Finns spår av marknadsdiskurser i platsannonserna och skiljer sig förekomsten åt mellan kommunala och fristående skolor?	34
6.2 Slutdiskussion	35
7. LITTERATURFÖRTECKNING	37

1. Inledning

De senaste decenniernas konjunkturväxlingar, globalisering, demografiska förändringar och IT-revolution har förändrat vårt samhälle i grunden. Många menar att det handlar om en värderingsförskjutning där medborgaridealet gått från samhällsorienterat till individorienterat och där det finns mindre av ett gemensamt ansvarstagande och mer av fria val på en öppen marknad (Richardsson, 2010:143-152). Som en viktig samhällsinstitution står skolan inte opåverkad.

Förändringar i samhället i stort leder till förändringar i skolans uppgifter vilket i sin tur påverkar förväntningar på lärarna. Lärarna är beroende av ett yttre erkännande vilket gör att lärarrollen och uppfattningen om vad en professionell lärare är ständigt förändras (Imsen, 1999:438) och lärarna måste förhålla sig till samhällets krav som kommer utifrån och samtidigt formas de av skolans egna värderingar (Bergem, 2000:98). Två av skolområdets mest omfattande reformer är 1990-talets kommunalisering av skolan och den så kallade friskolereformen. Kommunaliseringen medför ett kommunalt finansieringssystem som gör det möjligt för elever att i högre grad välja skola både inom och utanför den egna kommunen. Genom friskolereformen kan offentligt finansierade gymnasieskolor drivas i privat regi (Fredriksson, 2010:19). Att Sverige fått valfrihet på skolområdet innebär konkurrens mellan skolor inte minst vid demografiska nedgångar. Profileringskräv av såväl fristående som kommunala skolor för att kunna locka elever (Liedman, 2011:126) och flera forskare ser att skolan har marknadsanpassats (Fredriksson, 2010 Fairclough, 2009). Samtidigt ställer styrdokumentet samma krav på merparten av alla kommunala och fristående skolor genom 2011 års skollag och läroplan för gymnasieskolan samt det beslut om att införa en legitimation för lärare som regeringen fattade i mars 2011 (Prop. 2010/2011:20).

Utgångspunkten för denna undersökning är det intressanta i att studera hur dessa reformer och nya förutsättningar tar sig uttryck i annonserna för rekrytering av nya lärare.

2. Syfte och frågeställningar

Syftet med undersökningen är att studera hur lärarrollen konstrueras i platsannonser och vilka eventuella skillnader som finns mellan kommunala och fristående skolor. Dessutom syftar undersökningen till att klargöra huruvida annonserna påverkats av ett marknadstänkande.

För att uppfylla syftet ska följande frågor besvaras

- Vilka kompetenser och egenskaper söks hos lärarna och finns det skillnader mellan kommunala och fristående skolor?
- Finns spår av marknadsdiskurser i platsannonserna och skiljer sig förekomsten åt mellan kommunala och fristående skolor?

3. Tidigare forskning

I denna del av uppsatsen presenteras det sammanhang i vilket studien är gjord och den tidigare forskning som resultatet kommer att relateras till i analysen.

Forskning om lärares uppdrag och kompetenser presenteras och en baskgrund till förutsättningar för lärares formella utbildning ges. Dessutom beskrivs fristående skolor generellt och forskning om skillnader mellan kommunala och fristående skolor. För att sätta in denna studie i ett större sammanhang på arbetsmarknaden och för att kunna göra jämförelser med arbetstagare generellt är tidigare forskning om dagens arbetsliv såväl som forskning om platsannonser intressant. Slutligen presenteras forskning relaterat till skolan som del av en marknad samt hur marknadsanpassning har studerats språkvetenskapligt.

3.1 Lärarrollen

3.1.1 Aspekter av läraryrket

Många har skrivit om vad läraryrket innehåller och vad en god lärare är. Gannerud (1999) beskriver lärarens arbete som bestående av följande dimensioner:

- den pedagogiskt - didaktiska dimensionen, som är innehållsrelaterad, och handlar om ämnes innehåll, arbetssätt och arbetsmetoder, undervisning och undervisningsplanering

- den sociala dimensionen, som innefattar arbetsuppgifter som anknyter till relationer, till elever som grupp, till föräldrar och arbetskamrater
- den emotionella dimensionen, som också innefattar relationer till den enskilde eleven,
- den administrativa dimensionen, som innefattar praktiskt organisationsarbete och administrativa uppgifter av olika slag (Gannerud, 1999:4)

Även om dessa dimensioner är delvis överlappande kan någon eller några av dem ha större utrymme eller inflytande än någon annan (Gannerud, 1999:5).

Lundquist (2006:197) menar att ämneskunskap, arbetssätt och arbetsformer, uppfattningar om kunskap, lärande och elever, synen på andra yrkeskategorier i skolan, omvärldsuppfattning och synen på kopplingen mellan skolan och samhället är vad som är relevant för uppfattning om vem den goda läraren är.

3.1.2 Formell utbildning

Läroarutbildningen är en given strategisk faktor för att reformera skolan men samtidigt är den en konserverande faktor i relation till förnyelse i skolan på så sätt att lärare ofta är verksamma i över 40 år efter sin examen (Richardsson 2010:207-8). Den läroarutbildning som sjsattes 2001, och som hade sin sista intagning i januari 2011, utgjorde en genomgripande reform på så sätt att den leder till en gemensam examen för alla lärare. Denna läroarutbildning var under slutet på 2010-talet granskad av Högskoleverket och fick mycket kritik. Detta ledde till en ny reform av läroarutbildningen och en ny utbildning startade hösten 2011 (Richardsson, 2010:215-216).

I mars 2011 beslutade riksdagen även att införa en legitimation för lärare. Beslutet gäller från 1 juli 2012 och ska vara helt genomfört i juli 2015. Huvudregeln är att endast legitimerade lärare ska kunna få en tillsvidareanställning och att legitimation ska krävas för att få sätta betyg. För att få legitimation krävs lärarexamen samt att man genomgått ett introduktionsår. De övergripande syften som regeringen lyfter fram i sin proposition till riksdagen är att en lärarexamen är ett steg på vägen men att en ytterligare prövning av lärarens lämplighet att utöva yrket krävs. Regeringen bedömer att ett system med legitimation är ett sätt att utöka rättssäkerheten för barn och ungdomar, att den är ett sätt att kvalitetssäkra undervisningen samt att den bör höja statusen på yrket.

Undantag för krav på legitimation ges för skolor med en särskild pedagogisk inriktning (Prop. 2010/2011:20).

3.1.3 Ämnesproffs eller en god pedagog?

Debatten om vad en bra lärare är handlar ofta om huruvida det är läraren med mest ämneskunskap eller läraren med mest pedagogiska kunskaper som är den bästa (Imsen, 1999:416). Denna motsättning är en konstruktion som inte har några belägg i forskningen menar Imsen (1999). Hon konstaterar dock att debatten är reell och menar att denna har sin grund i olika intressen hos olika kategorier av lärare (1999:416).

Bergem (2000:87) menar att lärarna ska ha goda ämneskunskaper men att de också ska kunna både motivera eleverna och anpassa sin undervisning efter elevernas olika förutsättningar. Han hävdar att hans studier visar att det är få elever som anser att lärarna saknar tillräckliga ämneskunskaper.

3.1.4 Arbetsform

En annan central aspekt av lärares yrkesroll är arbetsformer. Lundquist (2006:197) framhåller att läraryrket av tradition varit ett ensamyrke där lärare varit fria att utforma sin egen undervisning. I och med Lpf 94 (*Läroplan för de frivilliga skolformerna*) stadgades dock att lärarna ska samverka för att skapa en helhet för eleverna. Genom läroplanens krav på att alla elever oavsett gymnasieprogram ska läsa vissa ämnen blev kraven på samarbete mellan olika kategorier av lärare än större och många skolor organiserade sig i lärarlag (Lundquist, 2006:194).

Lundquists studie (2006:235) visar att detta en reell verklighet, att ämnesintegration är vad som eftersträvas på skolorna. Samtliga lärare i Lundquists studie säger sig även vara positiva till ämnesintegration men det förefaller som att ju mer förankrad läraridentiteten är i undervisningsämnet desto svårare är ämnessamverkan (2006:240).

3.1.5 Elevsyn

Fredriksson (2010) utgår i sin avhandling från fyra olika förhållningssätt och menar att med dessa kommer olika syn på eleverna. Med det byråkratiska förhållningssättet ses elever som medborgare och de har rätt att få det som föreskrivs i styrdokumentet. Med det professionella förhållningssättet ses elever som klienter där lärarens fokus är att leda

eleven i sin lärandeprocess. Läraren med det marknadsorienterade förhållningssättet betraktar eleverna som kunder och detta innebär att vara lyhörd för elevens önskemål. Det brukarorienterade synsättet liknar det marknadsorienterade men skillnaden ligger i att brukaren snarare har en proaktiv makt att påverka än en reaktiv, vilken kunden har framförallt genom att kunna ta sina pengar och gå (Fredriksson, 2010:51-52).

Lundquists (2006:233) informanter säger sig alla ha en *positiv elevsyn*. Detta kan enligt Lundquist (2006:239) ses som något lärarna förväntar sig av sig själva.

Att säga sig ha en positiv elevsyn kan ses som en del av den enskilde lärarens föreställning om den gode läraren, [...], det vill säga en institutionaliserad social fasad av abstrakta, stereotypiserade förväntningar som blir en realitet av egen kraft. (Lundquist, 2006:239)

Vad informanterna i Lundquists (2006) studie menar med *positiv elevsyn* varierar. Flera talar om vikten att anpassa undervisningen till elevernas olika förutsättning och de är medvetna om styrdokumentens krav på att undervisningen ska utgå ifrån eleverna (2006:233, 239).

3.2. Arbetslivet och platsannonser

3.2.1 Ett nytt arbetsliv

De nya villkoren i ekonomin som kom på 1900-talet påverkade hur arbete organiserades och då också kraven på medarbetarna (Helgesson, 2011:193). Karlsson (2004) använder i sin diskursanalys Gee, Hall och Lankshears (1996) efterföljd om "the new work order", i Karlssons (2004:64) översättning "den nya arbetsordningen". I den nya arbetsordningen finns en strävan att skapa en arbetare som är självständig men delaktig i att nå företagets mål och språket spelar en särskilt viktig roll i att forma arbetarnas identiteter.

3.2.2 Platsannonser

Helgesson (2011) har i sin avhandling redogjort för platsannonsers utveckling mellan år 1955 och 2005. Hennes material är orubricerade platsannonser och hon har bland annat studerat vilka personliga egenskaper som önskas och hur kravställandet i annonserna ser ut. Här redogörs för de resultat som ses som intressanta att relatera denna

undersökning till. Dessa kommer av naturliga skäl främst från de senare åren i hennes studie.

3.2.2.1 Personliga egenskaper

Helgesson (2011:211) konstaterar att vilka egenskaper som eftersöks självklart är relaterat till vilken tjänsten är. Trots detta visar hennes resultat att det finns många typer av tjänster där samma egenskaper efterfrågas. Helgesson (2011:213-216) kommer fram till att mellan 1965 och 1995 är det samma tre egenskaper som är mest efterfrågade. Dessa är egenskaper med förleden *samarbet**, *självständ** och *initiativ**. År 2000 är samarbetsförmågan inte längre den viktigaste egenskapen men finns kvar på tredje plats, den har fallit ner på nionde plats i pappersmaterialet från 2005, men är på fjärde plats i internetmaterialet. *Självständ** är den näst mest frekventa egenskapen 2000 och det gäller även internetmaterialet från 2005. I tidningsmaterialet kommer det på sjunde plats. *Initiativ** finns på plats fem i materialet från 2000 och på plats åtta i internetmaterialet från 2005. År 2000 är den vanligaste egenskapen den med förledet *driv** och självständigheten efterfrågas nu mer än samarbetsförmågan. Att *driv** är viktigt förklarar Helgesson (2011:216) med att i den nya ekonomin ska medarbetaren kunna ta eget ansvar och kunna handla utan någon överordnad och då är detta egna driv viktigare än att kunna samarbeta med andra. Samma förklaring finns till att *självständ** efterfrågas i högre grad än *samarb** vilket dock fortfarande är viktigt i ett arbetsliv som präglas mycket av arbete i projektform. Även *mål* och *resultat* är viktiga i den nya ekonomin och detta återspeglas i annonserna under 2000 och 2005, dock inte i internetmaterialet från 2005 vilket förklaras med att en stor andel är annonser från offentlig sektor. Även flexibilitet säger Helgesson (2011:217) viktigt i den nya ekonomin och *flexib** är även det relativt frekvent i materialet efter 1995. År 2005 är även *kommuni** som i *kommunikativ*, *kreativ** och *analy** som i exempelvis *analytisk förmåga* frekvent förekommande (Helgesson, 2011:216-217).

3.2.2.2 Kravställande

Kravställande menar Helgesson (2011) är en för platsannonsen viktig funktion då syftet är att hitta rätt kandidater för jobbet. Annonsens uppgift är även att begränsa antalet sökande men samtidigt hitta rätt sökande och det kan då vara en svår avvägning hur starka krav som ska

ställas. För att variera kraven finns olika språkliga medel till skribentens förfogande (2011:204, 235).

Att använda modala hjälpverb är ett sätt på vilket man kan variera styrkan i kraven. De ger möjlighet att variera från ett absolut krav till en önskan och det visar sig vara ett mycket vanligt sätt att uttrycka krav på i platsannonserna i Helgessons (2011) resultat (2011:235). Formuleringar med *får* ger ett svagt krav, med *bör* och *kan* blir kravet medelhögt och med *måste* eller *ska* är styrkan hög (Helgesson, 2011:235-236).

Ett annat sätt att formulera krav är med deklarativsatsen med du som subjekt och utan modala hjälpverb, som i *du har högskoleutbildning* och *du är en positiv person*. Helgesson (2011:236) menar att dessa är mycket förpliktigande och detta blir i de senare årens annonser det vanligaste sättet att uttrycka krav på (Helgesson, 2011:237, 242). Ytterligare för platsannonserna typiska sätt att uttrycka krav på är med formuleringarna *vi ser gärna att du*, *bara vi ser att du* eller *vi söker dig som*. Det är bara den som känner att den lever upp till kraven som ska känna sig träffad och även denna typ av krav ger därför en hög förpliktelsegrad menar Helgesson (2011:239).

3.3 Fristående skolor

Gymnasieskolan i Sverige idag består av kommunala och fristående skolor. En fristående skola är en skola som drivs av en enskild fysisk eller juridisk person. Vid införandet av fristående skolor i början av 1980-talet krävdes bland annat att skolorna skulle ha en pedagogik som skiljde sig från de kommunala skolorna för att erhålla statsbidrag, men under 1980-talets slut försvagades detta krav. Sedan den så kallade friskolereformen 1992 finansieras alla gymnasieskolor av kommunala medel som följer med till den skola elever och föräldrar väljer (Richardsson, 2010:167). Detta ledde till en markant ökning av fristående skolor och skiftet från kompletterande skolor till konkurrerande skolor ledde till att skolorna i större utsträckning fick en allmän inriktning (Stähle, 2006:16).

De fristående skolorna är olika till sin karaktär och de drivs med olika syften för verksamheten: konfessionella, pedagogiska eller ekonomiska (Liedman, 2011:102). Merparten av skolorna drivs idag av vinstdrivande, börsnoterade aktiebolag. Dessa företag driver ofta flera skolor i olika kommuner och kallas *koncernskolor* (Fredriksson, 2010:26).

3.3.1 Eleverna och lärarna

Andelen gymnasieelever som väljer en fristående skola ökar. För tio år sedan gick 94 procent av gymnasieeleverna i en kommunal skola, läsåret 2009/2010 var motsvarande siffra 77 procent. Trots ett minskat elevunderlag totalt sett ökar antalet elever i de fristående skolorna.

Andelen av lärarna som har pedagogisk högskoleexamen har totalt sett minskat med 7 procent sedan 1999/2000 och är idag 75 procent. De kommunala gymnasieskolorna har 80 procent pedagogiskt utbildade lärare medan motsvarande siffra på de fristående gymnasieskolorna är 56 procent (Skolverket, 2010). Statskontorets bedömning är att en orsak till denna skillnad kan vara de fristående huvudmännens bristande kunskap och inställning till de krav som lagen ställer på lärares utbildning. Deras kartläggning från 2007 visar att även om andelen pedagogiskt utbildade lärare är lägre i de fristående skolorna är andelen med utbildning i undervisningsämnet något högre i fristående skolor än i kommunala skolor (Statskontoret, 2007).

3.3.2 Skillnader mellan kommunala och fristående skolor

Fredriksson (2010:72) konstaterar i sin avhandling att det inte finns några empiriska studier som systematiskt undersökt skillnaden mellan fristående och kommunala skolors sätt att organisera sin verksamhet på i Sverige. Han menar dock att internationell forskning, från länders vars system påminner om vårt, är relevant då tydliga paralleller kan dras mellan de resultat som där framkommer och den verklighet vi känner igen från Sverige.

Utifrån denna internationella forskning drar Fredriksson (2010:72) slutsatsen att fristående skolor skiljer sig från kommunala skolor i första hand i sin organisation. Fristående skolor är mer autonoma i förhållande till politiska beslut och enligt Davies och Quirke (2007) som refereras i Fredriksson (2010:72) visar sig den lägre graden av byråkrati i organisationen bland annat genom att fristående skolor har en mindre professionell personalpolitik vilket bland annat syns genom att de har en större andel obehörig personal och att de i högre grad använder sig av visstidsanställningar.

Fredriksson (2010:74) menar att skolledningen har en stark ställning på de fristående skolorna och att den politiska frihet som lärarna i friskolan åtnjuter istället tas i anspråk av rektorerna som i hög grad styr lärarnas arbete även i klassrummen. Enligt Fredriksson (2010:73) är

lärarnas arbete i klassrummet relativt opåverkat av den lokala ledningen i den kommunala skolan. Fristående skolor är i högre grad specialiserade i fråga om exempelvis en särskild profil eller pedagogik. Lärarna på de fristående skolorna tar dock inte del av utformandet av dessa profiler i någon större utsträckning utan de skapas av den centrala koncernen. De fristående skolorna utmärker sig också genom att användandet av informationsteknologi är mer frekvent samt att man har en närmre relation till föräldrar menar Fredriksson (2010:73).

3.4 Skolan på en marknad

Kommunaliseringen av skolan och friskolereformen har lett till att kommunerna fått större utrymme att organisera skolan och i många kommuner konkurrerar både kommunala och fristående skolor om eleverna (Fredriksson, 2010:25). Genom att fristående skolor finansieras med offentliga medel suddas gränserna mellan stat och marknad ut menar Ståhle (2006:15) men graden av marknadsorganisering varierar mellan olika kommuner konstaterar Fredriksson (2010:25).

Enligt Fairclough (2009:207) är det inte längre förvånande att till exempel utbildningsinstitutioner benämner sig själva som en *koncern* och *säljare* av utbildning eller refererar till sina deltagare som *kunder* och han visar att metaforer till det klassiska marknadstänkandet ”ge kunden vad den vill ha” används i utbildningsmaterial (2009:208). Han menar vidare att detta är en del i försöken att omstrukturera utbildningsverksamheter till en marknadsmodell vilket i sin tur kan ha påtaglig påverkan även på hur undervisningen organiseras.

Även Fredriksson (2010:21) menar att skolan har marknadsanpassats och att lärarna enligt detta ideal i högre grad bör betrakta eleverna som kunder och rektor som VD. Reformerna har även givit föräldrar och elever ökat inflytande på utbildningsmarknaden genom att de ”röstar med fötterna” då de tar med sig pengarna dit de går (Fredriksson, 2010:43).

Enligt Fredriksson (2010:74) märks det faktum att de fristående skolorna organiseras enligt en marknadsmodell bland annat genom att de arbetar mycket med marknadsföring och Falkner (1997:103) menar att en negativ effekt av friskolereformerna varit just att marknadsföringshänsyn överordnats pedagogiska hänsyn. Skolverket (2003:96) menar även de att marknadsföring därför blivit en ny arbetsuppgift för skolpersonal samt att detta beror på konkurrensen mellan skolor gjort att skolan blivit mer kundorienterad.

3.5 Att studera marknadsanpassning

Marketization är en central utgångspunkt för denna studie och innebär med Fairclough "the extension of market models to new spheres" (2009:99). I analysen och diskussionen kommer det svenska ordet *marknadstänkande* att användas för *marketization* i Faircloughs betydelse. *Commodification* är den faktiska process där samhällsinstitutioner vilka inte producerar eller handlar med varor i strikt ekonomisk betydelse organiseras och konceptualiseras i termer av varuproduktion, -distribution och -konsumtion (Fairclough, 2009:207). För *Commodification* används i denna undersökning ordet *marknadsanpassning*.

Marketization är enligt Fairclough (2003) en del av den moderna samhällsförändring som han refererar till som *new capitalism* vilken han menar är den nyaste av de omstruktureringar genom vilka kapitalismen har behållit sin kraft i vårt samhälle (2003:4). Samhällsförändringen får dock inte bara ekonomiska implikationer menar Fairclough (2003:4) utan kapitalismen ramar in alla aspekter av samhället. Fairclough (2004:104) ger exempel på hur den språkliga aspekten av en marknadsanpassning har studerats. Fairclough (2004:104) presenterar den vokabulär som Bordieu och Wacquant (2001) menar visar på inslag av en marknadssdiskurs och som innehåller ord som globalisering, flexibilitet, styrning och anställningsbarhet. Fairclough (2004:111) menar även att en förskjutning av ord mellan diskurser konstituerar nya diskurser. I hans egna exempel likställs betydelser mellan ord som kommer från helt olika diskurser och som historiskt sett associeras med helt olika delar av det sociala livet. Att till exempel *art* och *creativity* används synonymt tyder på en förskjutning menar han.

3.5.1 Exemplet den högre utbildningen

Fairclough (1993) studerar hur marknadstänkandet påverkar den högre utbildningen i England genom att analysera ett antal texter med hjälp av sin tredimensionella modell. I denna modell analyseras varje kommunikativ händelse på tre nivåer: dels som *text*, dels som *diskursiv praktik* och dels som *social praktik* (Fairclough, 2009:73). Man ska alltså studera både textens egenskaper, de produktions- och konsumtionsprocesser som hänger samman med texten och den sociala praktik som den kommunikativa händelsen är en del av (Winther

Jørgensen & Phillips, 2000:74). Fairclough (1993) menar att exemplet med den högre utbildningen är ett typiskt fall och ett ganska bra exempel på hur marknadstänkandet sprider ut sig i den offentliga sektorn generellt (Fairclough, 1993:143).

I Faircloughs (1993:145) studie är tre av hans texter platsannonser för tjänster på universitet. Vid analysen av den diskursiva praktiken finner han att annonsen som kommer från ett nyare universitet präglas av en komplex interdiskursivitet, en diskursiv mix, med flera olika genrer och diskurser. Denna mix finner han i högre grad hos detta nyare universitet än i annonsen från ett äldre universitet. I texten finns inslag av marknadsföring och andra PR-relaterade genrer. Ett uppenbart PR-element är en varumarknadsföringsgenre, som realiseras till exempel genom en rubrik som fångar uppmärksamheten och genom hur annonsen görs personlig genom användandet av vi och du. Annonsen innehåller dessutom inslag av en klassisk företagsmarknadsföring genom framhållande av sitt eget värde i formuleringar som "With our reputation" (Fairclough, 1993:146). I textanalysen drar Fairclough (1993:149) i stort sett samma slutsatser, vokabulären kommer från diskurser likt de ovan, och han tror att det faktum att dessa olika diskurser anslås i texter likt dessa är en del i processen att konstituera en ny företagsidentitet för den högre utbildningen.

I analysen av den sociala praktiken menar Fairclough (1993) att de skillnader han finner mellan gamla och nya universitet kan förklaras utifrån att de nya haft mycket samarbete med företag och att dessa universitet har en mer yrkesinriktad verksamhet. Han konstaterar att deras annonser ser ut som annonser som kommer från företag. Även om det finns skillnader mellan nya och gamla universitet konstaterar han att marknadstänkandet spridit sig till dessa båda (Fairclough, 1993:149).

4. Teori, metod och material

4.1 Teoretiska utgångspunkter

För utformandet av min metod och genomförandet av min analys är *diskursanalys* centralt. Då diskursanalys gör det möjligt att få syn på värderingar genom att studera språket är denna teori intressant för denna undersökning. Att studera en texts *interdiskursivitet* är ett diskursanalytiskt sätt på vilket marknadsanpassning kan studeras och detta presenteras nedan.

4.1.1 Diskursanalys

Diskursanalys är en av de grenar av språkforskningen som fokuserar fenomen ovanför meningsgränsen och syftet är att visa språkets roll i sociala förändringar. Språksynen är konstruktivistisk vilket betyder att man ser att en språklig struktur både *speglar* och *skapar* en social struktur (Ledin, 1994:21, 19).

Winther Jörgensen och Phillips (2000:7) definierar *diskurs* som ”ett bestämt sätt att tala om och förstå världen”. Språket är inte ett betydelsesystem utan olika system mellan vilka betydelsena är olika. Diskursiva mönster förändras och bevaras genom *diskursiva praktiker* (textproduktions- och textkonsumtionsprocesser). En text produceras och konsumeras alltså i en diskursiv praktik (Winther Jörgensen & Phillips, 2000:18, 25).

I Faircloughs kritiska diskursanalys är diskurs inte bara konstituerande utan även konstituerad. En diskursiv praktik är en viktig form av social praktik som både reproducerar och förändrar kunskap, sociala relationer och identiteter, samtidigt som den formas av andra sociala strukturer och praktiker på ett dialektiskt sätt (Winther Jörgensen & Phillips, 2000:71, Fairclough, 2009:64).

Vid analys av diskurs ska man fokusera på två dimensioner, dels den *kommunikativa händelsen*, vilket är ett fall av språkbruk, och dels *diskursordningen* som är summan av alla de diskurstyper som används inom en social institution (Winther Jörgensen & Phillips, 2000:73). I denna undersökning utgör den enskilda platsannonseren den kommunikativa händelsen och platsannonser utgör en diskurstyp bland flera (t.ex. kursplaner, allmän debatt, forskning) som tillsammans skapar diskursordningen inom den sociala institutionen svensk gymnasieskola.

Målet med diskursanalysen är att kartlägga hur de *diskursiva praktikerna*, varigenom kommunikativa händelser produceras, upprätthåller eller förändrar en social ordning. Detta undersöks genom att man analyserar konkreta kommunikativa händelser som en del av rådande diskursordning. Varje kommunikativ händelse reproducerar eller ifrågasätter diskursordningen vilket betyder att en kommunikativ händelse formar och formas av den sociala praktiken genom förhållandet till diskursordningen. Den som använder språket kan alltså förändra diskursordningen genom att utnyttja diskurser på nya sätt eller genom att använda sig av diskurser från andra diskursordningar (Winther Jörgensen & Phillips, 2000:76). Winther Jörgensen och

Phillips (2000:76-77) påstår att diskursordningar är särskilt öppna för att förändras om diskurser från andra diskursordningar förs in.

Genom att analysera den kommunikativa händelsen platsannonsern i relation till en del av rådande diskursordning, vilket utgörs av tidigare forskning om lärarrollen, avser den första analysen i denna undersökning avgöra om läraren som konstrueras i annonsen kan sägas reproducera eller förändra diskursordningen.

Att olika diskurser syns inom och mellan olika diskursordningar är ett tecken på *interdiskursivitet* vilket kan leda till att gränser både inom och mellan diskursordningar kan skifta. Genom att studera interdiskursivitet kan man undersöka både hur diskursordningar reproduceras, och hur de förändras av att diskurser sätts samman på nya sätt (Winther Jörgensen & Phillips, 2000:13, 77). Winther Jörgensen och Phillips (2000) menar att enligt Faircloughs teori tyder hög interdiskursivitet på förändring medan låg tyder på reproduktion (2000:87).

Med utgångspunkt i Faircloughs (2003) *marketization* avser den andra analysen i denna studie genom att studera interdiskursivitet klargöra huruvida en marknadsdiskurs haft inverkan på den diskursiva praktiken inom vilken platsannonsern producerats samt diskutera vilka konsekvenser detta kan få för skolan.

4.2 Metod

Både Helgesson (2011:47) och Ledin (1994:26) konstaterar att det inte är givet hur diskursanalysens idéer ska operationaliseras och att den i Faircloughs tappning inte är en metod utan flera. Här presenteras Faircloughs (2009) modell och den metod som används för analyserna i denna undersökning.

4.2.1 Faircloughs analysmodell

Enligt Faircloughs (2009:73) modell ska varje kommunikativ händelse alltså analyseras på tre nivåer: dels som *text*, dels som *diskursiv praktik* och dels som *social praktik* (Fairclough, 2009:73). I textanalysen studeras textens formella drag (t.ex. vokabulär, grammatik och sammanhang mellan satser) som konstruerar diskurser. Analysen av den diskursiva praktiken fokuserar hur textförfattaren använder sig av existerande diskurser för att skapa texten och på samma sätt hur konsumenten tolkar texten utifrån diskurser. I analysen av den sociala praktiken diskuteras huruvida den diskursiva praktiken reproducera

eller omstrukturerar diskursordningen och vilka konsekvenser detta får för den sociala praktiken (Winther Jørgensen & Phillips, 2000:73-74).

4.2.2 Metod för denna undersökning

Den metod som här används är inspirerad av Faircloughs kritiska diskursanalys enligt den tredimensionella modell som presenteras ovan. Analysen görs i två delar och utgångspunkterna är att det utifrån diskursanalytiska teorierna är möjligt att studera platsannonsernas formuleringar för att avläsa hur lärarrollen konstrueras samt att genom att studera platsannonsernas interdiskursivitet avgöra huruvida ett marknadstänkande har påverkat platsannonsern.

I en första *analys av lärarrollen* studeras hur denna är konstruerad i platsannonsern. Utifrån andelen behöriga lärare på kommunala respektive fristående skolor och i ljuset av den nya behörighetsreformen är det intressant att studera vilka *krav på utbildning och ämnesbehörighet* som finns i annonserna och hur starka dessa krav är. För att relatera till forskning om arbetstagare och arbetsliv i stort kommer även vilka *personliga egenskaper* som eftersöks att studeras. Med utgångspunkt i forskningen om aspekter av läraryrket har tre dimensioner formulerats som är utgångspunkt för studier av ytterligare delar av lärarrollen. Den *pedagogiska och didaktiska dimensionen* innehåller syn på lärares ämneskunskaper, pedagogiska kompetenser, arbets sätt, undervisningsmetoder och liknande. Den *sociala och emotionella dimensionen* innehåller uppfattningar och relationer kopplade till elever och föräldrar och slutligen den *organisatoriska dimensionen* som innehåller synen på organisationen, det interna arbetet och relationen till det omgivande samhället. Genom närläsning av samtliga annonser har information som handlar om eller är direkt riktat till den som ska söka tjänsten samt text som beskriver arbetsuppgifterna organiserats och studerats utifrån de fem kategorierna ovan. Förutom att presentera resultatet i sin helhet kommer två exempelanalyser att presenteras. Resultaten analyseras i relation till tidigare forskning om lärarrollen och mynnar ut i en diskussion om skillnader mellan lärarrollen i fristående och kommunala skolor samt huruvida lärarrollen i annonserna kan sägas bekräfta eller omformulera rådande diskursordning och vilka konsekvenser detta kan få för skolan.

I en andra analys kommer annonsernas interdiskursivitet att studeras för att finna eventuella inslag av en marknadsdiskurs i den skoldiskurs som annonserna ryms inom. Hela annonserna har närlästs och ord och

formuleringar som kan sägas härröra från en marknadsdiskurs är vad som sökts. Resultatet relateras i analysen till tidigare forskning om marknadsanpassning, om arbetslivet samt om skolans organisering och skillnader mellan kommunala och fristående skolor. Huruvida diskursordningen kan sägas reproduceras eller omformas diskuteras samt vilka konsekvenser detta kan få för skolan.

4.2.3 Material, avgränsning och genomförande

Materialet har hämtats från Arbetsförmedlingens webbplats för jobbsökande, Platsbanken (www.arbetsformedlingen.se/platsbanken).

Studien har avgränsats till att gälla lärare i de gymnasiegemensamma ämnena, de ämnen som alla elever läser oavsett program, samt övriga teoretiska ämnen på kommunala och fristående gymnasieskolor. Utifrån förståelsen om ämnens huvudsakliga arbetsmetoder har avgjort om de ansetts vara teoretiska ämnen. Alla gymnasieprogram och skolor över hela landet har varit av intresse för studien.

Annonserna har sökts fram i Platsbankens kategori *Gymnasielärare i allmänna ämnen* i hela Sverige (sökningen gjordes 2011-11-24). Därefter har en tabell skapats för de ca 150 första annonserna innehållande annonsens rubrik och arbetsgivare. De annonser där det av rubrik eller arbetsgivare har bedömts att det inte var lärare för undervisning i gymnasieskolan som söktes har valts bort. Annonser från bemanningsföretag och vuxenutbildning har valts bort samt annonser som inte sökte lärare. Därefter har arbetsgivaren studerats närmare och vilka annonser som avser tjänst på en kommunal skola respektive fristående skola har markerats. De 50 första annonserna inom respektive skolkategori har sedan hämtats ner. Därefter har annonsernas innehåll studerats närmare och ytterligare annonser som visat sig inte vara relevanta för undersökningen har sorterats bort.

Då avsikten har varit att studera den bild som framkommer av en lärare i annonserna har endast de unika annonserna varit av intresse. Annonser som var helt identiska i de formuleringar som skulle studeras har således endast använts en gång. En arbetsgivare som sökte flera lärare samtidigt och hade annonser som endast skiljde sig åt i formuleringar tjänsten förekommer alltså endast en gång materialet. Detta är inte det samma som att en arbetsgivare bara förekommer en gång då det funnits fall där samma arbetsgivare formulerar sig olika i olika annonser. Efter denna sortering fanns 32 annonser från

kommunala skolor och 30 från fristående skolor kvar och dessa utgör materialet som har studerats närmare.

5. Resultat och analys

I detta kapitel kommer inledningsvis att generell information om tjänsterna som utlyses i de annonser som studerats. Därefter presenteras analysen av lärarrollen utifrån de fem delar som lyftes fram i 5.2.2 samt två exempelanalyser, en från en kommunal skola och en från en fristående skola. Därefter presenteras analysen av marknadstänkande. I samtliga delar analyseras resultaten till den tidigare forskning som presenterats i kapitel 3. Diskussion om reproduktion eller förändring av rådande diskursordning och dess konsekvenser förs dock först i kapitel 6.

5.1 Generell fakta om annonserna och tjänsterna

På de kommunala skolorna är tjänstegraden i studerade annonser allt mellan 17% och heltid. Nära hälften (15 av 32) är heltidstjänster, 8 tjänster har tjänstgöringsgrad mellan 60 och 90%, 5 är halvtidstjänster och 4 tjänster är på 17-20%. De flesta annonserna (28 av 32) utlyser tjänster som är vikariat under vårterminen 2012, 2 är tillsvidaretjänster och två är vikariat på tre månader och respektive tre terminer.

I annonserna från de fristående skolorna är 9 av de 30 tjänsterna på heltid, 10 tjänster är 60-90%, 4 är halvtidstjänster, 8 tjänster är 25-45%, 1 tjänst är på 17% och för två tjänster är tjänstgöringsgraden oklar. 16 av tjänsterna är vikariat under vårterminen 2012 varav två öppnar upp för eventuell förlängning. 12 är tillsvidaretjänster, en är oklar och en är 3-6 månader. Belägg för att friskolornas mindre professionella personalpolitik skulle komma till uttryck genom fler visstidsanställningar (Fredriksson, 2010:72) finns alltså inte i materialet. Urvalet är dock inte gjort på ett sådant sätt att siffrorna är rättvisande i fråga om andel som anställs totalt men någon indikation kan det möjligen ändå ge.

Av de kommunalas annonser har 97% någon formulering om utbildning och det samma gäller 80% av annonserna från de fristående skolorna. Gällande övrig beskrivning av läraren som söks så har 90% av annonserna från de fristående skolorna någon sådan formulering medan endast 72% av annonserna från de kommunala skolorna beskriver den

lärare som de önskar utöver formell utbildning. Den fristående skolan beskriver även mer omfattande den lärare de söker. I snitt används 47 ord per annons att jämföra med den kommunala skolans 22 ord per annons. Att läraren beskrivs mer omfattande i den fristående skolans annonser skulle möjligen kunna vara ett exempel på det som Fredriksson (2010:74) menar att den interna ledningen styr arbetet och verksamheten i högre grad än på den kommunala skolan.

5.2 Analys av lärarrollen

5.2.1 Formell utbildning

Den lärare som framkommer i annonserna är en utbildad lärare. Krav på utbildning finns inte i alla annonser i någon av skolkategorierna men den utbildade läraren framstår tydligare i de fristående skolornas annonser. Av annonserna från de fristående saknar 20% helt krav på eller önskemål om utbildning medan motsvarande siffra för annonserna från de kommunala skolorna är 3 %. Detta resultat ger vid handen att de fristående skolorna i något lägre grad söker behöriga lärare, men skillnaden är inte så stor i fråga om nyanställningar som Skolverkets (2010) rapport visade att det är totalt sett bland de anställda. Att anställa behöriga lärare ligger helt i linje med den nya behörighetsreformen och möjligen kan detta vara orsaken till den högre andelen utbildade lärare som söks. Majoriteten av tjänsterna är dock kortare vikariat så det är oklart i vilken grad detta kan komma att påverka helheten på längre sikt.

Formuleringarna varierar mellan *lärarexamen, med lärarutbildning, utbildad lärare, behörig lärare, behörig gymnasielärare*. Ämnesbehörighet är generellt viktigt och något viktigare i den kommunala skolan än i den fristående skolan, det skrivs fram i 19 av 32 annonser respektive 16 av 30. Ämneskompetensen som en del av utbildningskravet ”Gymnasielärarytbildning med matematik” (JB Education AB, Halmstad) men även som mindre viktigt än lärarutbildningen ”Du är behörig gymnasielärare. Det är meriterande om du är behörig att undervisa i svenska och historia” (Västerås stad).

5.2.1.1 Kravställande

Krav och önskemål om formell utbildning uttrycks på olika sätt. Till skillnad från Helgessons (2011) resultat är det i dessa annonser ovanligt

att uttrycka kraven med modala hjälpverb. Få av annonserna har sådana formuleringar, men när dessa förekommer är det formuleringar med *ska* vilket ger ett starkt krav.

Den vi söker ska: - Vara behörig att undervisa i svenska på gymnasiet (Stockholms stad)

Du som söker ska naturligtvis vara behörig gymnasielärare med lärarexamen för undervisning i naturkunskap och i förekommande fall kemi (Kitas)

Starka krav formulerade med *ska* eller *skall* är vanligare i de fristående skolornas annonser än i de kommunala skolornas (4 respektive 1 förekomst).

Kravnivån är generellt hög både i annonserna från de fristående och de kommunala skolorna och uttrycks som *du är utbildad lärare, du har lärarutbildning, vi söker dig som är utbildad lärare, vi söker en behörig lärare* och liknande.

I Platsbanken finns möjlighet att följa en mer formulärmässig inmatning av annonserna och rubriken "Kvalifikationer" används frekvent. Under denna rubrik formuleras kraven helt utan ett direkt tilltal som *lärarexamen med ämnesbehörighet* eller *behörig gymnasielärare*. Detta är det vanligaste sättet att skriva fram kraven i de kommunala annonserna och detta ger en hög kravnivå på samma sätt som konstruktioner med *du har* och *du är*.

Kraven på läraren i fråga om formell utbildning är mer splittrade inom den fristående skolan än inom den kommunala. De fristående skolorna har både de starkaste formuleringarna "Vi kräver att du är utbildad gymnasielärare [...]" (Ingrid Segerstedts Gymnasium) och de svagaste där utbildning är ett önskemål "Vi vill gärna att du är behörig lärare" (Jensen, Helsingborg). De har även i högre grad formuleringar som inte alls kräver utbildning eller som öppnar för annan utbildning än lärarutbildning.

Vi söker dig som vill undervisa i Naturkunskap (JB Education AB, Stockholm)

Vi vill att Du har gedigna ämneskunskaper (Göteborgs Högre Samskola)

Vi ställer krav på goda kunskaper i pedagogik (JB Education AB, Eskilstuna)

Behörig gymnasielärare i fysik eller motsvarande (HUSKAB)

I den fristående skolan är det alltså en större andel annonser som helt saknar krav på utbildning och samtidigt har de både de starkaste och de svagaste kraven i fråga om utbildning. De fristående skolorna har tidigare haft en större andel obehöriga lärare men den nya behörighetsreformen ställer samma krav på fristående skolor som på kommunala vilket torde resultera i att dessa skillnader försvinner framöver¹. I sammanhanget kan det vara relevant att kommentera att dessa annonser till största del gäller kortare visstidsanställningar vilket kan ha påverkat resultatet på det hela taget, men det kan inte förklara skillnaderna mellan kommunala och fristående skolor.

5.2.2 Personliga egenskaper

Läraren som framkommer i annonserna ska framförallt vara bra på att samarbeta. Detta uttrycks i formuleringar som *ha god samarbetsförmåga, ha lätt för att samarbeta, kan samarbeta*. Detta uttrycks också i samband med konkreta arbetsuppgifter vilket vi ska se nedan. Samarbetsförmågan förekommer som framkommit tidigare även i Helgessons (2011) material och är den viktigaste egenskapen fram till 1995 men ersätts därefter av *självständig*. Lärare har inte haft samma utveckling som den arbetare Helgesson (2011) studerar utan ska alltså fortfarande idag framförallt ha förmågan att samarbeta. Av detta kan man inte dra slutsatsen att lärare inte ska kunna arbeta självständigt utan snarare att det samarbete som var nytt i Lpf 94 fortfarande har stor betydelse för gymnasieskolan. En diskussion relaterat till Helgessons (2011) diskussion om självständiga arbetstagare i en ny ekonomi förs senare i analysen om marknadsanpassning.

Uttryck som *lyhörd* i de fristående skolorna och *kommunikativ* i de kommunala kan ses som uttryck för egenskaper som är en förutsättning för samarbetet vilket blir tydligt i till exempel denna formulering ”Är positiv, lyhörd och har lätt för att samarbeta” (NTI, Stockholm). Kommunikativ förmåga känns igen som viktig från Helgessons (2011) resultat från 2005.

Utöver förmågan att samarbeta framkommer en lärare som *tar egna initiativ, är innovativ, kreativ, positiv och flexibel*. Dessa egenskaper är

¹ Undantagen från detta krav sägs i propositionen gälla fristående skolor med särskild pedagogik, men dessa är inte förekommande i mitt material

relaterade till varandra på så sätt att de uttrycker en önskan om en person som själv tar egna initiativ och samtidigt anpassar sig och är positiv till verksamheten och dess möjliga förändring. Denna lärare önskas både av de fristående och av de kommunala skolorna men i högre grad av de fristående. Formuleringarna varierar men kan exemplifieras med ”Som person är du flexibel i ditt sätt att anpassa dig till ändrade omständigheter” (Kungsbacka kommun) och med det kreativa ”Ta-sig-församhet – ständigt vill utveckla din inre motivation och drivkraft. Tar egna initiativ för att möta utmaningar och lösa problem” (Hermods, Västerås). Även detta resultat kan relateras till Helgessons (2011) och det kan konstateras att den flexibla och initiativtagande arbetstagaren är önskvärd i såväl skolan som i arbetslivet i stort.

5.2.3 Den pedagogiska och didaktiska dimensionen

Den pedagogiska och didaktiska dimensionen är den som framträder tydligast i materialet och som beskrivs mest ingående. Alla annonser har något inslag från denna dimension och det tycks som att denna har störst inflytande över den lärarroll som konstrueras i annonserna.

5.2.3.1 Den skickliga pedagogen och den ämneskunniga läraren

Den mest framträdande läraren i den fristående skolan är den skickliga pedagogen. Förutom just *skicklig* ska läraren *vara en god pedagog, ha god eller mycket god pedagogisk förmåga* eller exempelvis ha ”lätt för att förmedla kunskap till ungdomar” (Lernia AB). Även i den kommunala skolan är denna lärare önskvärd men den pedagogiska kompetensen är där även relaterad till ämneskunnandet, exempelvis ”Du har förmåga att omsätta dina goda ämnes- och yrkeskunskaper till enskilda elevers lärande” (Finnvedens utbildningscentrum).

I den kommunala skolan ska läraren framförallt kunna sitt ämne. Den ska ha *goda kunskaper i ämnet* och ha stort *intresse* eller *engagemang* i sitt ämne. Även friskoleläraren ska ha *goda ämneskunskaper* och till exempel kunna ”väcka lust för ämnen” (JB Education AB, Stockholm).

Som både Imsen (1999) och Bergem (2000) hävdar är både duktiga ämneslärare och duktiga pedagoger viktiga i annonserna. Det finns delvis en högre värdering av det ena eller det andra men ofta framkommer en lärare som är en god pedagog och har goda ämneskunskaper.

5.2.3.2 Arbetssätt

Precis som i den tidigare forskningen är det arbete i arbetslag som är den vanligaste framställda arbetsformen både i kommunala och fristående skolor. Läraren ska *ha intresse för, trivas med, tycka om, tro på, vara öppen för* och *inspireras av* att arbeta i arbetslag. Läraren på den fristående skolan ska ha samma syn på att arbeta *ämnesintegrerat*. Om det finns skillnader mellan detta, och vilka dess i sådana fall är, går inte att utläsa ur annonserna. Som en konsekvens av detta arbete återkommer att läraren ska kunna samarbeta, ”Eftersom vi arbetar i arbetslag ställs stora krav på samarbetsförmåga och kreativitet” (Naturbruksgymnasiet Nuntorp). Lundquist (2006:240) hävdar att ju mer förankrad läraren är i sitt ämne desto svårare är ämnessamverkan. Dessa skulle göra det svårt att få både samverkan och hög ämneskompetens så som skolorna tycks önska ifall en hög ämneskompetens också betyder att ämnet är det viktigaste för läraren.

Förutom arbetslagstanken återfinns *informationsteknik* som verktyg i de kommunala annonserna (se även kompensatoriska hjälpmedel nedan) och *entreprenöriellt lärande* hos de fristående².

Beskrivningar av arbetssättet är vanligare i annonserna från de fristående skolorna (16 av 30 annonser) än i de kommunala skolornas annonser (8 av 32 annonser). Trots detta framkommer inte de specificerade profilerna i så hög grad som Fredriksson (2010) antyder. Att fristående skolor i högre grad skulle använda informationsteknik som Fredriksson (2010) påstår kan inte beläggas i dessa resultat. Däremot kan detta möjligen bekräfta att klassrumsarbetet på de kommunala skolorna är mindre reglerat och påverkat av skolledning (Fredriksson, 2010:74).

5.2.3.3 Erfarenhet och övriga kompetenser

Läraren i annonserna har erfarenhet av läraryrket och av undervisning i just gymnasieskolan. Kraven uttrycks med olika styrka då erfarenhet

² I gällande läroplan för gymnasiet står att ”Skolan ska bidra till att eleverna utvecklar kunskaper och förhållningssätt som främjar entreprenörskap, företagande och innovationstänkande. Därigenom ökar elevernas möjligheter att kunna starta och driva företag. Entreprenöriella förmågor är värdefulla för arbetslivet, samhällslivet och vidare studier.” (Skolverket, 2011). Exakt vad som menas med arbetssättet *entreprenöriellt lärande* i annonserna är dock inte uppenbart.

både *krävs* vilket är ett starkt krav och *är meriterande* vilket snarare tyder på något som kan ge lite tyngd åt en ansökan. Ytterligare sätt att uttrycka det på är ”[du ska ha...] Mycket god vana av undervisning och betygssättning på gymnasiet” (Södra latins gymnasium) eller ”Vi ser gärna att du som söker har erfarenhet från gymnasiet” (JB Education AB, Malmö).

Läraren på den kommunala skolan har i några fall även erfarenhet av eller kompetens inom det specialpedagogiska fältet, något som är helt frånvarande i materialet från de fristående skolorna. Exempelvis ser Hudiksvalls kommun gärna ”att du har specialpedagogisk kompetens och har erfarenhet av att arbeta med kompensatoriska hjälpmedel”. Dessutom framkommer en lärare som kan aktuella styrdokument i några av annonserna från de kommunala skolorna, ”Du skall [...] vara mycket väl förtrogen med gällande kurs/ämnesplaner samt betygskriterier/kunskapskrav” (Södra Latins gymnasium, Stockholm) vilket inte heller framhålls alls i annonserna från de fristående skolorna.

5.2.4 Den sociala och emotionella dimensionen

Inom den sociala och emotionella dimensionen är det relationen mellan läraren och eleverna som framkommer som viktig i annonserna och den skrivs fram på några olika sätt. Läraren ska ha en *positiv elevsyn*, ska *brinna för*, *ha intresse för*, *ha engagemang för* och *tycka om* elever eller ungdomar och arbetet med dem. Läraren ska även *ha engagemang för*, *leda*, *motivera* och *ta ansvar för* elevernas lärande och utveckling och även i relation till eleverna är *samarbetsförmågan* viktig. Läraren ska exempelvis *ha lätt för* och *vara intresserad av* att samarbeta med eleverna.

Skolorna söker alltså en lärare som engagerar sig i sina elever och som tar ansvar för elevernas utveckling. Den positiva elevsynen återkommer från Lundquists (2006) studie även om det inte heller i annonserna framgår hur detta mer konkret kommer till uttryck eller vad detta innebär för undervisningen. I relation till Fredrikssons (2010:51-52) olika möjliga förhållningssätt förefaller lärare med det förhållningssättet önskas. Samarbetet med eleverna kan möjligen tyda på ett brukarorienterat förhållningssätt där eleverna har del i utformandet av arbetet. Även inslag av det marknadsorienterade förhållningssättet finns representerat vilket vi ska se i analysen av marknadstänkande men det byråkratiska förhållningssättet är inte framskrivet i några av annonserna.

Föräldrar är inte framträdande i någon större omfattning varken i de kommunala eller i de fristående skolornas annonser men de nämns vid ett par tillfällen i varje kategori, till exempel ”Du ska - bidra till skolutveckling, samarbete, bra föräldrasamverkan [...]” (Mora kommun). Det går alltså inte att belägga att fristående skolor skulle ha en närmre relation till föräldrar eller att detta skulle vara viktigare för läraren i den fristående skolan än i den kommunala.

5.2.5 Den organisatoriska dimensionen

Utveckling av verksamheten framstår som centralt och läraren förväntas *vilja, brinna för* och *kunna* arbeta med *utveckling, skolutveckling, pedagogiskt utvecklingsarbete*. Läraren ska i den kommunala skolan till exempel ”komma med idéer och nya angreppssätt i arbetsrelaterade frågor” (Mora kommun) eller ”kunna utvärdera och bidra till skolutveckling” (Västerås stad). I den fristående skolan är utvecklingen resultatriktad vilket den inte uttrycks vara i den kommunala skolan. Detta kommer till uttryck genom formuleringar som ”Du ska ha [...] en vilja att utveckla en gymnasieskola för alla med hög kvalitet” (Cybergymnasiet) och ”Vi söker dig som vill vara med och utveckla Faluns bästa gymnasieskola” (Plusgymnasiet AB).

Just utvecklingsarbete är ingenting som framhålls som centralt i den tidigare forskningen om lärarrollen men detta förefaller ha en viktig plats idag. Synen på samarbetet med omgivande samhället och interna organisatoriska delar återkommer dock i analysen i det kommande kapitlet. Detta är intressant relaterat till att en stor del av tjänsterna som annonseras ut är terminsvisa vikariat på deltid.

5.2.6 Exempelanlys Stockholms stad, Södra Latins gymnasium

Lärare gymnasiet - Matematik

Stockholms stad; Södra Latins gymnasium
Publicerad: 2011-11-22, Annon-ID: 5520095
Stockholm , 1 plats
Sista ansökningsdag: 2011-12-06

Stockholms Stad
Utbildningsförvaltningen
Södra Latins gymnasium

Stockholms stad är en av Sveriges största arbetsgivare med cirka 40 500 medarbetare. Stockholm kommer att växa till en miljonstad till år 2030.

Det ställer höga krav på oss som arbetar i Stockholms stad att bli ännu bättre. *Därför behöver vi dig som är inspirerande, engagerande och vill utveckla verksamheten för stockholmarna och ett Stockholm i världsklass.* Vi erbjuder dig ett meningsfullt arbete med många möjligheter. Stockholms stad ska vara en attraktiv arbetsgivare med ett öppet arbetsklimat som präglas av respekt för allas lika värde.

Södra Latin är en gymnasieskola där undervisningen präglas av en kulturell profil och ett vetenskapligt förhållningssätt i en trygg och trivsamt miljö. Skolan har estetiska utbildningar i musik, dans, teater, bild och formgivning samt teoretiska utbildningar inom naturvetenskap, samhällsvetenskap och språk. Undervisning i matematik för skolans este-, samhälls- samt naturelever (OBS! Både kurser i det gamla systemet och i det nya).

Behörig gymnasielärare i matematik (gärna i ytterligare ett ämne så som naturkunskap, fysik el dyl) samt ett stort intresse för att planera och samarbeta kring verksamheten tillsammans med kollegor och elever. Du skall ha mycket goda ämneskunskaper inom matematik och besitta en mycket god förmåga att kunna förmedla dessa. Vara mycket väl förtrogen med gällande kurs/ämnesplaner samt betygskriterier/kunskapskrav.

Fem dagar i veckan.

Löneform: Månadslön. Individuell lönesättning.

Anställningsform: Tidsbegränsad.

Krav på arbetslivserfarenhet: *Erfarenhet krävs. Mycket god vana av undervisning och betygsättning på gymnasiet. Du skall ha undervisat i MaA-MaE och vana av att arbeta med motiverade och högpresterande elever.*

Erfarenhet av att ha jobbat med planering och implementering av Gyll inom aktuella ämnesområden.

Varaktighet: 3-6 månader.

Arbetstid: Dagtid.

[kontaktinformation borttagen]

Varaktighet/Arbetstid

Heltid Upphör: 2012-06-20. Tjänsten är en tidsbegränsad anställning med anställning längst till och med 2012-06-20.

[information om ansökan borttagen]

(Södra Latins gymnasium, mina kursiveringar)

Läraren på Södra Latins gymnasium ska vara behörig lärare med ämnesbehörighet. Formuleringen är formulerad utan direkt tilltal på ett sätt som anger ett starkt krav. Lärarutbildningskravet och ämneskravet likställs, däremot är formuleringen om ett ytterligare ämne svag genom att det formuleras med ett *gärna* och med en parentes.

Annonsen saknar önskemål om personliga egenskaper direkt i relation till läraren som söks. Däremot söker Stockholms stad personer som är *inspirerande* och *engagerade*. Hur arbetsgivaren Södra Latins gymnasium förhåller sig till detta önskemål framkommer inte tydligt i annonsen.

Inom den pedagogiska och didaktiska dimensionen så ska läraren på Södra Latins gymnasium både ha goda ämneskunskaper och vara en god pedagog vilket uttrycks som ”besitta en mycket god förmåga att kunna förmedla dessa”. Läraren ska dessutom vara intresserad av att ”planera och samarbeta kring verksamheten med kollegor och elever” vilket ger en indikation om arbetssättet i verksamheten.

Annonsen från Södra Latins gymnasium är den annons som är mest tydlig av alla i materialet i fråga om krav på erfarenhet och även i fråga om kompetens gällande styrdokument och de framhåller särskilt kompetens relaterat till den nya gymnasieskolan.

Utöver intresset för att samarbeta med elever finns inget skrivet om hur läraren ska förhålla sig till sina elever. Inte heller föräldrarna är närvarande. Den sociala och emotionella dimensionen är alltså inte särskilt framträdande. Inte heller den organisatoriska dimensionen i fråga om syn på verksamheten framkommer i annonsen mer än Stockholm stads önskan om en arbetstagare som vill ”utveckla verksamheten för stockholmarna och ett Stockholm i världsklass”.

5.2.7 Exempelmanalys JB Education AB, John Bauergymnasiet i Malmö

Gymnasielärare i svenska, svenska som andraspråk och engelska

Malmö
Publicerad: 2011-11-18, Annons-ID: 5522029
Malmö , 1 plats
Sista ansökningsdag: 2011-12-07

JB Education AB

JB Education AB är ett av Sveriges ledande utbildningsföretag. Varje dag utbildar vi ca 16 500 barn, ungdomar och vuxna över hela Sverige. I koncernen finns för närvarande 3 grundskolor, 31 gymnasieskolor, varav John Bauergymnasiet med 29 skolor från Ystad till Skellefteå, är Sveriges största gymnasieskola med fler än 12 500 elever. I koncernen finns även eftergymnasiala utbildningar inom yrkeshögskola, arbetsmarknadsutbildning, komvux samt företagsutbildning

Beskrivning

Gemensamt för all vår utbildning är att vi arbetar efter en väl genomarbetad pedagogisk idé som kallas *entreprenöriellt lärande*. Den handlar om att ge varje elev självförtroendet att våga gå från kunskap till handling. Varje elev ska få möjligheten att upptäcka sin inre drivkraft för att uppnå sina mål.

På John Bauergymnasiet i Malmö finns det 590 elever.

Besök gärna vår hemsida <http://www.johnbauer.nu/malmo>

Arbetsuppgifter

Vi söker dig som är *utbildad och behörig gymnasielärare i svenska, svenska som andraspråk och engelska*. I tjänsten ingår undervisning i svenska, svenska som andraspråk och engelska.

Kvalifikationer

Behörig gymnasielärare i svenska, svenska som andraspråk och engelska. Vi ser gärna att du som söker har erfarenhet från gymnasiet, *är lyhörd, flexibel, engagerad och kan se möjligheter*. Vi ser att du har *en vilja att utveckla eleverna* och har *en förmåga att skapa goda relationer*. Du är en människa som *tycker om att arbeta i arbetslag*, då en stor del av vårt arbete kretsar kring samarbete i arbetslag. Stor vikt läggs vid personlig lämplighet.

Tjänsten är en 100 % tillsvidare tjänst förutsatt att du är behörig och vi tillämpar provanställning. Kollektivavtal finns och vi tillämpar semestertjänst.

Välkommen med din ansökan!

Varaktighet/Arbetstid

100% tillsvidareanställning

[information om ansökan samt kontaktinformation borttagen]

(JB Education AB, Malmö, mina kursiveringar)

Annonsen har två formuleringar om formell utbildning. Båda är väldigt specifika, kravet på lärarutbildning och på utbildning i ämnet likställs

och kravnivån är hög med formuleringen ”Vi söker dig som [...]” samt ”Behörig gymnasielärare [...]” under rubriken ”Kvalifikationer”

Läraren på John Bauergymnasiet i Malmö ska vara *lyhörd, flexibel och engagerad*. Den ska dessutom kunna se möjligheter.

Annonsen har inga särskilda formuleringar om varken ämneskompetens eller pedagogiska förmågor. Även denna lärare ska ”tycka om att arbeta i arbetslag” då detta är den arbetsform som förekommer. Det framkommer även i annonsen att skolan arbetar efter den pedagogik som man kallar ”entreprenöriellt lärande”. Den pedagogiska och didaktiska dimensionen framträder alltså på ett annat sätt än i annonsen från Södra Latins gymnasium och arbetssättet är det centrala.

Läraren på John Bauergymnasiet ska ”ha en vilja att utveckla eleverna och ha en förmåga att skapa goda relationer”. Det senare är inte direkt uttryckt i relation till eleverna men genom sammanhanget ter sig sannolikt att det är vad som avses. Den social och emotionella dimensionen har eleverna i fokus, föräldrarna finns inte omnämnda i annonsen. Det framstår även som att en lärare med ett professionellt förhållningssätt önskas.

Inte heller här finns den organisatoriska dimensionen beskriven då det inte finns några formuleringar om lärarens relation till eller syn på verksamheten.

5.3 Analys av marknadstänkande

Granskningen visar att en marknadsskild diskurs på olika sätt syns i annonserna. Både läraren, skolans organisation och synen på eller relation till elever och omgivande samhälle förefaller ha påverkats vilket presenteras nedan. Merparten av inlagen från en marknadsskild diskurs finns i annonserna från de fristående skolorna men det finns även inlag i annonserna från de kommunala skolorna. På samma sätt finns det annonser från fristående skolor helt utan inlag av en marknadsskild diskurs i annonsen, exempelvis Göteborgs Högre Samskola.

5.3.1 Företag, koncern och koncept

Att skolans organisering är påverkad av ett marknadstänkande framkommer direkt av att skolor organiseras som ett enskilt företag eller ingår i ett företag med större verksamhetsområde. Språkligt är detta uppenbart då bolagsformen tydligt framgår av namn som innehåller *AB*

eller formulerat som *utbildningsföretag* (se exempel nedan). Precis som Fairclough (2009) menar så förekommer till exempel ordet *koncern* i materialet som i beskrivningen och marknadsföringen av verksamheten. Följande citat exemplifierar alla dessa.

JB Education AB är ett av Sveriges ledande *utbildningsföretag*. Varje dag utbildar vi ca 16 500 barn, ungdomar och vuxna över hela Sverige. I *koncernen* finns för närvarande 3 grundskolor, 31 gymnasieskolor, varav John Bauergymnasiet med 29 skolor från Ystad till Skellefteå, är Sveriges största gymnasieskola med fler än 12 500 elever. I *koncernen* finns även eftergymnasiala utbildningar inom yrkeshögskola, arbetsmarknadsutbildning, komvux samt företagsutbildning.

(finns i samtliga annonser från JB Education AB, mina kursiveringar)

Organiseringen i koncerner skrivs även fram relaterat till den innehållsliga aspekten av arbetet. Fredriksson (2010:73) menar att fristående skolor har en särskild pedagogik och i materialet beskrivs detta som olika *koncept*.

JENSEN educations utbildningskoncept [...] genomsyrar all verksamhet. (JENSEN education, Göteborg)

[...] verksamheten bygger på samma koncept. (Cybergymnasiet),

Vi har ett gemensamt utbildningskoncept. (Kunskapsskolan).

Fairclough (2004:111) menar att ett sätt att konstituera nya diskurser är genom att förskjuta ords betydelse mellan diskurser som tidigare varit skilda. Exempel på detta är valet att tala om *chef* istället för det utbildningsspecifika *rektor* och att arbeta i *team* istället för skolans *arbetslag* vilket förekommer i flertalet annonser från de fristående skolorna.

Samtliga exempel på en marknadsanpassning av organisation och innehåll kommer från annonser från de fristående skolorna.

5.3.2 Marknadsföringsfokus

Skolorna i materialet framträder på olika sätt som påverkade av en marknadsföringsdiskurs vilken har sitt ursprung där varor säljs och köps på en marknad. Detta märks precis som i Faircloughs (1993) exempel genom det sätt skolorna arbetar med att framhålla hur bra de är.

Sveriges största utbildningsföretag (Teoretiska, Falun)

En av de ledande skolorna (Kitas)

Faluns bästa gymnasieskola (Plusgymnasiet)

[...] en skola i framkant (Hermods).

För de kommunala skolornas del framträder en marknadsföringsdiskurs snarare för att framhålla kommunen som skolan ligger i än skolan som sådan. Samma metod används alltså men behovet av att presentera och marknadsföra kommunen är större än att marknadsföra skolan.

Vilda och vackra Vilhelmina är ett fritidsparadis på 87 sköna kvadratmil som vi gärna delar med oss av. Kvadratmilen inrymmer mycket och bland annat två unika fjälldalar med väl utbyggda fritids- och turistanläggningar i Kittelfjäll, Klimpfjäll och Saxnäs. Vilhelmina tätort utgör centrum för handel, utbildning och kommunikation. (Vilhelmina kommun)

Marknadsföring som explicit arbetsuppgift förekommer också precis som Fredriksson (2010), Falkner (1997) och Skolverket (2003) menar, ”Du förstår också att [...] marknadsföring [...] stärker dig, arbetsplatsen och våra elever” (JB Education, Halmstad).

Även den realisering av en PR-diskurs som Fairclough (1993:146) menar att en rubrik som fångar uppmärksamheten är finns i materialet när Plusgymnasiet AB söker en ”Modig pedagog”.

5.3.3 Mål, resultat och kunder

När skolan omtalas som målinriktad avses i allmänhet styrdokumentens mål för eleverna. I materialet förekommer dock en annan målfokusering som kommer från företagets mål- och resultatfokus likt det Helgesson (2011) anför som viktigt för arbetaren i den nya ekonomin. Det mest tydliga exemplet är att läraren ska ”ta ansvar för att verksamheten når sina mål” (Jensen, Göteborg). Att läraren ska ”älska såväl resultat som vägen dit” (Thoren) kan tolkas på olika sätt precis som ”[...] uppskattar att samarbeta med elever och kollegor för att nå goda resultat” (Helsingborgs stad) och om detta betyder att eleverna ska nå goda resultat kan inte detta på samma sätt hänföras till en marknadsdiskurs då det måste anses vara skolans uppgift att eleverna ska lyckas väl, men det

kan likväl handla om skolans resultat. Formuleringen ”Det är av stor vikt att du har [...] dokumenterat goda resultat” (Ljud och bild skolan) är i detta sammanhang intressant då det bara är möjligt att spekulera om vad detta innebär för lärarens del. Mål- och resultatfokusering finns främst i de fristående skolornas annonser men förekommer som vi ser ovan även i en annons från Helsingborgs stad, om än inte lika uppenbart som exemplet från Jensen, Göteborg.

Till ett marknadstänkande hör ett kundfokus som vi sett i tidigare forskning (Fairclough 2009, Fredriksson, 2010). Även detta framkommer i annonserna bland annat i termer av att skolan *erbjuder utbildningar*, att elever och föräldrar ska vara *nöjda* med undervisningen och att läraren ska vara *serviceinriktad*.

Bladins gymnasium erbjuder utbildningar” (Bladin)

Som lärare på Kunskaps gymnasiet har du ansvar för att skapa en gymnasieskola där elever och föräldrar är nöjda med både undervisningen och skolan (Kunskapsskolan)

Det är bra om du [...] är serviceinriktad gentemot elever och föräldrar [...]” (Jensen, Helsingborg)

Alla ovanstående exempel kommer från de fristående skolornas annonser.

5.3.4 Den flexibla coachen

Flera av de refererade forskarna ovan relaterar till en arbetare i en ny ekonomi. Även om skolan är en verksamhet på många sätt skild från exempelvis Karlssons (2004) butiksbiträden visar denna analys att även lärarna påverkats av att vara en del av en miljö präglad av en ny tids arbetsordning och att skolan precis som Fairclough (2009) menar är påverkad av ett marknadstänkande. Detta är mer framträdande i annonserna från de fristående skolorna än i de kommunala skolornas, även om sådana inslag förkommer även där vilket framkommer i denna analys.

Den mest förekommande egenskapen som är relaterad till en marknadsdiskurs är att läraren ska vara *flexibel*. Detta nämner Helgesson (2011) som krav på den som arbetar på en arbetsplats påverkad av en ny ekonomisk ordning och det ingår i Bordieu och Wacquants (2001) vokabulär som Fairclough (2004:104) refererar.

Flexibel förekommer i sju av annonserna från de fristående skolorna och i annonsen från en kommunal skola.

Innovationer känns igen som viktigt i en företagskultur vilken förekommer även i skolans värld. Läraren ska ha ”innovativa idéer” (Ljud och bild skolan) eller vara ”innovativ” (Mora kommun) och även detta förekommer på både fristående och kommunala skolor. Skolan är en till stora delar styrd verksamhet med styrdokument och mål som leder verksamheten. Av denna anledning framstår önskemål om en lärare som är en ”nyfiken visionär” (Ljud och bild skolan) hämtad från en annan diskurs än den som är typisk för skolan och då främst från en framtidsytande och utvecklande verksamhet likt den som strävar mot innovationer.

Viktigt för en arbetare i den nya ekonomin är även att arbeta självständigt. Även om skolan inte på samma sätt som det arbetsliv som Helgesson (2011) beskriver har omorganiserats och mellanchefer försvunnit så är det viktigt även för läraren på den fristående skolan att vara självgående (Theoren och Jensen, Göteborg), uttryckt som ”ta-sig-församhet” (Hermods) eller ”du tar initiativ och driver på där det behövs” (Vittra).

Intressant är att dessa senare egenskaper inte finns framskrivna i annonserna från de kommunala skolorna. Då lärare, trots arbete i arbetslag, så gott som alltid har ensamt ansvar för sin undervisning förefaller det otroligt att de kommunala skolorna inte vill ha lärare som är självständiga. Dessa formuleringar i annonserna från de fristående skolorna kommer snarare från en företagskultur där självständigheten inte är given och därmed viktig att lyfta fram, och detta är ett tydligt tecken på intertextualitet i annonserna från dessa skolor. Det samma gäller *kvalitetsmedveten* (Jensen, Lund). Detta uttryck är viktigt på en resultats- och kvalitetsdriven marknad.

Både hos de fristående skolorna och hos de kommunala skolorna förekommer att lärarna ska vara *coacher* för eller *coacha* elever. Benämningen coach förekommer i de kommunala annonserna men samma arbetsuppgift benämns i de flesta fall *kontaktlärare*, *handledare* eller *mentor* hos de kommunala skolorna. Ordet *coach* knyter an till en företags- och kanske särskilt en säljdiskurs³.

³ Som väl i sin tur fått den från en sportdiskurs.

5.3.5 Entreprenöriellt lärande och näringsliv

Det mest förekommande specifika konceptet är det arbetssätt som kallas *entreprenöriella lärande*. Benämningen härrör direkt från en företagsdiskurs med entreprenörer men är från hösten 2011 inskrivet i läroplanen för gymnasieskolan. Detta måste ses som ett tecken på en marknadsanpassning av skolan då ett så tydligt företagsbegrepp får beskriva en pedagogisk idé och att entreprenörskap är en viktig kompetens som elever i den svenska gymnasieskolan ska ha. *Entreprenöriellt lärande* är JB Education ABs och Hermods utbildningskoncept och förekommer även i den kommunala skolan inom Skolstaden, Helsingborg.

Ett sätt att definiera verksamheten är enligt den tidigare forskningen synen på och samarbetet med omvärlden och även i fråga om detta kan en marknadsanpassning utläsas genom ett fokus på ett specifikt samarbete med *näringslivet*, exempelvis på Nackademin gymnasium:

Nackademin gymnasium ingår i Nackademin AB som har 15 års erfarenhet av att bedriva gymnasiala och eftergymnasiala utbildningar i nära samarbete med näringslivet. Vi vet vilka krav högskolan och näringsliv ställer på en bra gymnasieutbildning. (Nackademin gymnasium)

Detta kan jämföras med Skolstaden som ”samarbetar kontinuerligt med [...] arbetsliv” (Skolstaden) där ett *arbetsliv* är odefinierat.

Fairclough (1993) förklarar skillnaden mellan de äldre och de nyare universiteten delvis genom att de nyare har mycket samarbete med företag och samma analys kan göras i fråga om de fristående skolorna. De både har samarbete med näringslivet och själva skolan drivs som eller inom ett företag.

6. Diskussion

I detta avsnitt presenteras och diskuteras inledningsvis svaren på de två frågor som undersökningen avsåg att besvara. Därefter följer en slutdiskussion med ett vidare och framåtsyftande resonemang.

6.1 Forskningsfrågorna

6.1.1 Vilka kompetenser och egenskaper söks hos lärarna och finns det skillnader mellan kommunala och fristående skolor?

Läraren som söks är en lärarutbildad person. En behörig lärare söks i högre grad i den kommunala än i den fristående skolan. Skillnaderna mellan andelen behöriga och obehöriga är dock inte så framträdande som statistiken från Skolverket (2010) visar. Den fristående skolan har generellt mer splittrade formuleringar i fråga om utbildningskrav, en högre andel annonser helt utan krav på utbildning återfinns bland dessa annonser samtidigt som de fristående skolorna har de starkast uttryckta kraven gällande utbildning.

Den pedagogiska och didaktiska dimensionen är den mest framträdande av de tre dimensionerna och läraren som söks ska vara en god pedagog och ha goda ämneskunskaper. Ämneskunskaper väger lite tyngre i de kommunala skolorna medan de fristående i något högre grad söker en god pedagog. Läraren som söks i den kommunala såväl som i den fristående skolan är intresserad av att arbeta i arbetslag och samarbetsförmågan är den mest sökta personliga egenskapen, samtidigt ska läraren kunna ta egna initiativ och anpassa sig efter verksamheten. Totalt sett beskriver även den fristående skolan den lärare som önskas mer omfattande än en kommunal skola gör vilket kan vara ett sätt på vilket den fristående skolans ledning i högre grad styr lärarnas arbete vilket Fredriksson (2010:74) menar att den gör.

Utifrån Fredrikssons (2010) olika möjliga förhållningssätt till elever kan konstateras att det framförallt är ett professionellt förhållningssätt lärarna ska ha och de ska i övrigt ha en positiv syn på sina elever.

Utvecklingsarbete uttrycks som är viktigt på både kommunala och fristående skolor. Utifrån information om anställningarnas omfattning och längd kan konstateras att det är höga krav som ställs på någon som endast finns på en arbetsplats på deltid under en termin. I fråga om utvecklingsarbete är den fristående skolan mer resultatriktad i detta

arbete vilket kan relateras till den högre grad av marknadsanpassning som den senare analysen ger vid handen.

Slutligen kan konstateras att den lärarroll som konstrueras i den kommunikativa händelsen platsannonser till största del reproducerar rådande diskursordning på så sätt att resultatet stämmer väl överens med den tidigare forskning som presenterats och detta gäller både den kommunala och den fristående skolan. Det som tillkommer är ett nytt fokus på utveckling av den egna verksamheten och skolans organisation och även i detta hänseende är den kommunala och den fristående skolan lika och genomgår samma förändring. Om skolan påverkas dialektiskt av denna utveckling torde detta leda till att detta fokus blir ytterligare närvarande i lärares arbete.

6.1.2 Finns spår av marknadskurser i platsannonserna och skiljer sig förekomsten åt mellan kommunala och fristående skolor?

Vid studier av interdiskursivitet i annonserna framkommer att där finns tydliga inslag av en marknadskurs. Utifrån detta kan konstateras att den diskursiva praktik inom vilken platsannonserna har producerats är påverkad av ett marknadstänkande.

Att ett marknadstänkande påverkat den fristående skolan kan utläsas genom användandet av ord som *koncern*, *företag* och *koncept* såväl som *team* och *coach*. Den kommunala skolan talar i högre grad om exempelvis *arbetslag* och *handledare* men även *coach* förekommer i annonserna från de kommunala skolorna. En varumarknadsföringsgenre där de fristående skolorna marknadsför sig själva genom att framhålla sitt värde återfinns också och även de kommunala skolorna har dessa inslag även om det då är en kommun som marknadsförs snarare än en skola. Marknadsföring framkommer även som en arbetsuppgift för lärarna.

Analysen visar att ett resultat- och kundfokuserat förhållningssätt går att finna i den fristående skolans annonser vilka till exempel *erbjuder utbildning*, vill att läraren *tar ansvar för att verksamheten når sina mål* och att föräldrar och elever ska vara *nöjda* med utbildningen samt exempelvis vill att läraren ska vara *serviceinriktad*. Även i fråga om lärares personliga egenskaper är det den fristående skolan flest inslag som kan sägas påverkade av en ny ekonomi med *flexibla* och *innovativa* lärare samt med *ta-sig-församhet*. Dessutom har den fristående skolan samverkan med näringslivet och arbetar med entreprenöriellt lärande i högre grad än kommunala skolor.

Majoriteten av ovanstående exempel kommer från fristående skolors annonser och det kan därmed konstateras att dessa innehåller en högre grad av interdiskursivitet än de kommunala skolornas annonser. Med utgångspunkt i det faktum att merparten av friskolorna enligt Fredriksson (2010:26) organiserar sin verksamhet inom ramen för vinstdrivande företag är detta möjligen inte förvånande. Kommunala skolors organisation som del av en offentlig verksamhet är naturligt mindre påverkad även om det faktum att offentliga medel finansierar även den fristående skolan gör att skillnader mellan marknad och offentlig verksamhet kan sägas ha suddats ut, på det sätt som Ståhles (2006:15) anser. Dock visar resultaten i denna undersökning är att även de kommunala skolorna är påverkade av ett marknadstänkande och har delvis marknadsanpassats.

Den kommunala och den fristående skolans diskursiva praktiker är alltså i olika grad påverkade av marknadsdiskurser varför de i fråga om reproduktion och förändring samt för diskussion om påverkan på skolan är olika.

Dessa diskursiva praktiker inom vilken platsannonserna producerats är enligt Fairclough (2009:64) inte bara konstituerade utan även konstituerande. De diskursiva praktikerna formar och formas alltså av övriga sociala praktiker inom skolan. Hög interdiskursivitet tyder enligt Winther Jörgensen och Phillips (2000:87) på förändring, ett omformande av diskursordningen, och den högre graden av interdiskursivitet i annonserna från de fristående skolorna skulle då tyda på större förändring. Denna torde således förändra den sociala ordningen i skolan i högre grad och på detta sätt bidrar den fristående skolans diskursiva praktik till ytterligare marknadsanpassning av skolan. Marknadsanpassningen som går att utläsa ur de kommunala skolornas annonser är möjligen en effekt av just detta tillsammans med till exempel valfriheten och konkurrensen på utbildningsmarknaden som kommunaliseringsreformen gett.

6.2 Slutdiskussion

Att skolan är marknadsanpassad har kunnat konstateras i denna studie. Samhället förändras och skolan som en direkt konsekvens av detta. Samtidigt ställer styrdokument tydliga krav på lärarna vilket hämmar en större förändring på just detta område. Det finns många spår av en marknadsdiskurs i annonserna men dessa är dock inte främst i beskrivningen av lärarnas kompetenser eller arbetssätt, utan i högre grad

i beskrivningen av skolans organisation och i relationerna till elever, föräldrar och övriga samhället. Den pedagogiska och didaktiska dimensionen förefaller alltså relativt opåverkat. Om man tar det ett steg längre och spekulerar utifrån en förförståelse om betygsinflation och med utgångspunkt i en syn på att elever och föräldrar ska vara nöjda kunder, kan man dock diskutera detta. Fairclough (2009:208) menar att det finns metaforer till att ”ge kunden vad den vill ha” i utbildningssammanhang och en möjlig sådan skulle kunna vara den framhållna pedagogiska kompetens som lärare ska ha i skolan. Att vara nöjd skulle kunna betyda att få bra betyg och det bästa sättet att få lärare som ger eleverna förutsättningar att få bra betyg är om de har god pedagogisk förmåga snarare än goda ämneskunskaper. Om detta är vad som avses ger inte denna studie svar på men det vore intressant att studera närmare.

För att klargöra hur större delar av den svenska gymnasieskolans diskursordning ser ut skulle motsvarande studier som denna behöva göras där materialet utgörs av andra diskurstyper. En kompletterande studie av styrdokument, debatten i riksdagen eller massmedialt material gärna med fokus på förändring över tid skulle kunna ge en mer komplett bild.

Att genomföra samma undersökning som denna om ett antal år skulle även det utgöra ett intressant jämförelsematerial. Reformerna som har lett till den utveckling som denna undersökning ger exempel på är nya relativt sett. En stor förändring har kommit till stånd på kort tid och det återstår att se var skolan befinner sig om ett antal år och vad detta fått för effekt på förväntningar på lärare.

7. Litteraturförteckning

- Bergem, Tryggve 2000. *Läraren i etikens motljus*. Lund: Studentlitteratur
- Davies, Scott & Linda Quirke 2007. The impact of sector on school organizations: Institutional and market logics. *Sociology of Education* 80:66-90.
- Fairclough, Norman [1992] 2009. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, Norman 1993. Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities *Discourse & society*. 1993/4:133-168.
- Fairclough, Norman 2003. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. New York: Routledge
- Fairclough, Norman 2004. Critical Discourse Analysis in Researching Language in the New Capitalism: Overdetermination, Transdisciplinarity, and Textual Analysis. I: Young, Lynne & Harrison, Claire (red.), *Systemic functional linguistics and critical discourse analysis: studies in social change*. New York: Continuum, s. 103-122
- Falkner, Kajsa 1997. *Lärare och skolans omstrukturering. Ett möte mellan utbildningspolitiska intentioner och grundskollärares perspektiv på förändringar i den svenska skolan*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Fredriksson, Anders 2010. *Marknaden och lärarna: hur organiseringen av skolan påverkar lärares offentliga tjänstemannaskap*. Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis
- Gannerud, Eva 1999. *Genusperspektiv på lärargärning: om kvinnliga klasslärares liv och arbete*. Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis
- Helgesson, Karin 2011. *Platsannonser i tiden: den orubricerade platsannonsern 1955-2005*. Göteborg : Acta Universitatis Gothoburgensis
- Imsen, Gunn 1999. *Lärares värld: introduktion till allmän didaktik*. Lund: Studentlitteratur
- Karlsson, Anna-Malin 2004. Vad vill vi att kunden ska köpa? En diskursanalytisk studie av identifikationsmöjligheter i texter för butiksanställda. *Språk och Stil* 14:63-88.
- Ledin, Per 1994. Vem kan man lita på? Språk och makt i EU-debatten. *Språk och stil* 4:19-63.

- Liedman, Sven-Eric 2011. *Hets!: en bok om skolan*. Stockholm: Bonnier
- Lundquist, Tommie 2006. Den gode gymnasieläraren: om gymnasielärares yrkesethos och professionalism I: Sjöberg, Mats (red.), *"Goda lärare": läraridentiteter och lärararbete i förändring*. Linköping: Linköpings universitet, s. 193-242
- Prop. 2010/2011:20. *Legitimation för lärare och förskollärare regeringens proposition 2010/11:20*. Stockholm: Regeringen
- Richardson, Gunnar 2010. *Svensk utbildningshistoria: skola och samhälle förr och nu*. 8. rev. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Skolverket 1994. *Läroplan för de frivilliga skolformerna Lpf 94*. Skolverket: Stockholm
- Skolverket 2003. *Valfrihet – och dess effekter på skolområdet*. Stockholm: Skolverket
- Skolverket 2010. *Skolverkets lägesbedömning 2010*. Stockholm: Skolverket
- Skolverket 2011. *Läroplan, examensmål och gymnasiegemensamma ämnen för gymnasieskola 2011*. Stockholm: Skolverket
- Statskontoret 2007. *Lärares utbildning och undervisning i skolan. Kartläggning och analys*. Stockholm: Statskontoret
- Ståhle, Ylva 2006. *Pedagogik i tiden. Om framväxten av nya undervisningsformer under tidigt 2000-talet – exemplet Kunskapsskolan*. Stockholm: HLS förlag.
- Winther Jörgensen, Marianne & Louise Phillips 2000. *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur