



«Gisler» ble narko-siktet

Alle de tre mishandlede mennene som lørdag ble reddet ut av villaen til et sentralt medlem av A-gjengen i Ullensaker kommune, ble søndag siktet for grove narkotikaforbrytelser vil ikke si mer om mennenes identitet enn at mennene er godt voksne og av utenlandsk opprinnelse. Danielsen tror ikke mishandlingen av de tre mennene er en konsekvens av gjengopprør i Norge.



Snakker om barnedødelighet

Statsminister Jens Stoltenberg (Ap) benytter åpningen av FNs generalforsamling i New York til å holde høynivåmøter om barnedødelighet mandag. Norge er sammen med FNs barnefond UNICEF vertskap for et symposium om barnedødelighet mandag, og blant deltakerne er dronning Rania av Jordan.

Menns språk skremmer

Utforming av stillingsannonser ekskluderer kvinner

Kvinner unngår å søke på jobber med tøffe og maskuline krav i stillingsannonser. – De blir skremt og føler seg ikke flinke nok, mener Lisbeth Hjertholm.

MARTHE BERG-OLSEN
FRED IVAR U. KLEMETSEN (foto)

Marthe.berg-olsen@bt.no

– Hittil har vi hatt svært få kvinner som har søkt jobb i Miles IT. Jeg tror profileringen vår virker skremmende på kvinner som synes det er vanskelig å si «jeg er den beste kandidaten», sier seniorkonsulent Lisbeth Hjertholm.

«Vi ønsker kun å velge fra øverste hylle. Brutalt kanskje, men ærlig og gjennomtenkt i forhold til det kundene våre forventer av oss».

Slik lyder et utdrag fra en stillingsannonse fra konsulentfirmaet Miles IT. Formuleringer som dette kan føre til at bedrifter går glipp av kvinnelige søkere, mener Hjertholm. Rett og slett fordi de ikke tør søke. Hun er eneste jente blant 17 menn i bergensbedriften.

– Menn er mer selvsikre, og tar gjerne godt i når de snakker om sine egne kvalifikasjoner. De er også flinkere til å kaste seg ut i ting, mens jenter er mer tilbakeholdne, sier Hjertholm.

Høyere terskel

For å tiltrekke seg jenter i mannsdominerte yrker, må de myke verdiene komme tydelig frem i stillingsannonser, mener Hjertholm.

– I Miles har vi den fordel at vi er en liten, sammensveiset gjeng. Et intimt miljø gjør det lettere å dele faglige og personlige erfaringer



KRITISK TIL ANNONSER: Bedriftene går glipp av dyktige kvinner fordi jobbannonserne er rettet mot menn, mener seniorkonsulent i Miles IT, Lisbeth Hjertholm. Selv er hun for tiden hjemme med barnet sitt.

med hverandre. Slike ting bør frem i annonsen, sier Hjertholm.

Hun får støtte fra Irmelin Drake, som er spesialist på kvinner og ledelse. Drake mener at kvinner har en høyere terskel for å gå inn i en jobbsøkerprosess enn menn.

– Forskning viser at menn er opptatt av lønn, firmabil og andre ting som gjelder dem selv når de søker jobb. Kvinner derimot er mer opptatt av arbeidsplussens klima. Ønsker du å ansette kvinner, så bør du selge deg

inn på disse aspektene i en jobbannonse, sier hun.

– Det er viktig å tenke på hvordan jobbannonser fremstår, om den gir en realistisk fremstilling av miljøet i bedriften. Å liste opp altfor mange kriterier til søkere er bare tull. Samtidig er det ingen som tjener på å få inn en kandidat som ikke er tøff nok, sier Drake.

De flinke jentene

– Noen annonsetekster signaliserer at «her må du jobbe dag og natt». Kvinner som ikke er på den hyllen, søker heller ikke såne jobber. Det kan ha med familiesituasjonen å gjøre, sier Rønnaug Tveit, daglig leder ved Karrieresenteret.

På Karrieresenteret brukes begrepet «de flinke jentene». Dette er jenter som er dyktige på alle områder, men som ikke skjønner hvor gode de er selv. Dermed risikerer de å undersøke seg selv.

– Kvinner vil være perfekte søkere. De er ofte mer selvkritiske enn menn, og er ikke fullt så villige til å ta en sjanse, sier Tveit. Man trenger ikke nødvendigvis oppfylle alle kvalifikasjonene som står i en utlyst stilling for å være rett kandidat.

– En gyllen regel er at, oppfyller du to tredjedeler av jobb kvalifikasjonene, må du ikke nøle med å søke, sier Tveit.

– Tenk på ordlyden

Sterke uttrykk som «vi krever» eller «vi forventer» i stillingsannonser fungerer ikke på alle kvinner.

MARTHE BERG-OLSEN

marthe.berg-olsen@bt.no

Det er stor forskjell på maskulin og feminin språkbruk i jobbannonser. Språkforsker og BT-spaltist Ingebjørg Tonne hjalp Bergens Tidende med å plukke ut følgende eksempler på typisk mannspråk i stillingsannonser på nettet.

■ Vi er på jakt etter en sulten salgskonsulent.

■ Vi setter store krav til søkerens evne til å arbeide selvstendig.

■ Vi forventer at du er like bevisst på verdien av god service som oss.

– Når du bruker uttrykk som «vi setter store krav til deg» og «vi forventer at du jobber hardt», så risikerer du å skremme en del kvinner fra å søke, sier Tonne.

Menn har derimot selvtilitt til å prøve likevel. «En sulten salgskonsulent» er en veldig maskulin formulering, ifølge Tonne. Ønsker du deg en salgskonsulent som er kvinne, bør du derfor revurdere språkbriken her.

Tonne gir følgende eksempler på typisk kvinnespråk i jobbannonser:

■ Vi er så heldige at vi får jobbe med mange spennende prosjekter sammen med gode, kreative og krevende kunder.

■ Har du gode ideer og initiativ til å sette de i verk?

■ Vi tilbyr et lærerikt, og til tider hektisk arbeidsmiljø med inspirerende og flinke kollegaer.

Hvis det er kvinnelige ansatte man er ute etter, kan det være lurt at det nettopp er en kvinne som skriver jobbannonser.

– Kvinner sier ting med flere, og gjerne modifierende, ord, mens menn sier ting mer rett frem. Nå er vel ikke ord som «kanskje» og «litt» ord man bruker i stillingsannonser, men eksempelet hvor det står «til tider hektisk» er en typisk feminin formulering, og dermed noe som appellerer mer til kvinner enn menn.

Å gi ordet til leseren ved å stille spørsmål i annonseteksten, kan også være en kvinnelig kommunikasjonsstrategi.

– Spørsmål signaliserer at du er interessert i andres synspunkter. Litt svart-hvitt, men likevel med noe rett, kan vi si at menn ikke alltid er opptatt av å åpne for andres innspill, de ønsker i større grad å befestes sine egne poenger, sier hun.

LAGUNEN STORSENTER OG LAGUNEPARKEN
Utvidet åpningstid 10 - 21 (10 - 18)

LAGUNEN STORSENTER