

Patrycja Kochanek

Streszczenie pracy doktorskiej pt. *Dyskurs rynku pracy*.

Dysertacja stanowi opis obrazu świata, na który składa się wizerunek pracodawcy i potencjalnego odbiorcy wylaniający się z narracji danej firmy. Autorzy przekazów *employer brandingowych*, mając świadomość tego, jakimi wartościami kierują się potencjalni pracownicy, w swoich komunikatach przywołują je i układają w sekwencje w taki sposób, by zainteresować nimi odbiorców. Zatem sposób komunikacji danej organizacji wpływa zarówno na wizerunek marki jako pracodawcy, jak i na grupę docelową – przyszłych pracowników danej firmy.

Wejście na rynek pracy kolejnych generacji sprawia, że istnieje potrzeba integracji obrazu świata wytwarzanego przez organizacje z często odmiennymi oczekiwaniami odbiorcy, a zatem również modyfikacji narracji pracodawców skierowanej do potencjalnych pracowników. Przedstawiciele poszczególnych generacji kierują się różnymi celami oraz poszukują innych cech pracy i pracodawcy. Ponadto odmienne motywatory zachęcają ich do działania.

Celem rozprawy jest zatem zrekonstruowanie obrazu świata zarysowanego w narracjach podmiotów dyskursu rynku pracy skierowanych do generacji Z. Rekonstrukcja ta jest analizą procesów komunikacji, które ten obraz świata współtworzyły. Rozpatrzono między innymi zastosowane w tekstach strategii dyskursywne i występujące w nich układy relacji nadawca-odbiorca. Twórcy świadomie kreują komunikaty, stosując pewne słowa i sekwencje, wykorzystując językowe i pozajęzykowe sposoby kształtowania wypowiedzi w celu umieszczenia danego tekstu w strumieniu podobnych do niego przekazów.

Podczas analizy materiału badawczego szukano odpowiedzi na pytanie, jakie są dominujące cechy obrazu świata, który ma wzbudzić w potencjalnych pracownikach chęć zainteresowania się daną ofertą pracy. W tym celu odwołano się do teorii dyskursu i posłużono się narzędziami zaproponowanymi przez multimodalną analizę dyskursu oraz wielopoziomową analizę dyskursu. Zastosowane metody polegają z jednej strony na badaniu kontekstu społecznego, w którym ów dyskurs istnieje, z drugiej zaś na analizie tekstów i ich wzajemnych zależności oraz sposobu uporządkowania.

Dysertacja składa się z siedmiu rozdziałów. Pierwszy rozdział przedstawia założenia teoretyczne dotyczące teorii dyskursu. Opisano w nim wykorzystywane w pracy definicje oraz przybliżono m.in. założenia multimodalnej analizy dyskursu. W drugim rozdziale skupiono się na zjawiskach kształtujących rynek pracy w Polsce i na świecie. Wybrane zagadnienia to:

2.11.21 Kochanek
Patrycja

1

społeczeństwo informacyjne; globalizacja; globalna mobilność; digitalizacja i automatyzacja; wojna o talenty; krótkotrwałe więzi pracowników z ich pracodawcami; oraz dodatkowo te charakterystyczne dla polskiego rynku pracy: transformacja ustrojowa; wejście Polski do Unii Europejskiej oraz rynek pracownika. W kolejnym rozdziale przybliżono koncepcję *employer branding*. Opisano nie tylko jej genezę, ale też jej mechanizmy i procesy. Rozdział czwarty przedstawia kwestię pokoleniowości. Zawarto w nim opisy generacji wyżu powojennego oraz pokolenia X, Y i Z. Kolejny rozdział to opis metodologii badań. Na rozdział szósty składa się analiza zebranego materiału badawczego. Wyszczególniono w nim analizę sfery semantycznej komunikatów multimodalnych oraz opisano cztery strategie: pracodawca jako pionier nowych technologii; pracodawca jako mentor i opiekun; pracodawca jako inkubator; pracodawca jako globalny działacz społeczny. Wszystkie konkluzje zawarto w podsumowaniu stanowiącym ostatni rozdział pracy badawczej.

Słowa klucze: employer branding, employee branding, komunikacja zewnętrzna firmy, generacja Z, problem pokoleniowości, rynek pracownika, rynek pracy, dyskurs rynku pracy, multimodalna analiza dyskursu, wielopoziomowa analiza dyskursu

2.11.21 Kochanek
Patrycja