

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

Een beeld zegt meer dan 1000 woorden? Een experimentele studie naar effecten van visuele stigma's op video-cv-beoordelingen

Eva Deros, Alexander Buijsrogge & Annemarie M.F. Hiemstra*

Het realiseren van diversiteit in organisaties start met de instroom van nieuwe medewerkers en het implementeren van selectieprocedures die vrij zijn van discriminatie. Deze studie onderzoekt de mate waarin sollicitanten zonder en met een visueel stigma (nl. een wijnvlek of een tattoo) kans hebben om uitgenodigd te worden voor een vervolgesprek. Op basis van theorieën over categorisatie en informatieverwerking verwachtten we dat visuele stigma's zoals wijnvlekken en tattoos leidden tot discriminatie en dat dit meer uitgesproken was voor de controleerbare stigma's (zoals tattoos) dan voor de aangeboren stigma's (zoals wijnvlekken). In een experimentele studie beoordeelden 115 HR-studenten die deelnamen aan een HR-business game, video-cv's van kandidaten met en zonder visueel stigma. De resultaten toonden dat de kans om uitgenodigd te worden 4.29 keer kleiner was voor een sollicitant met een zichtbare tattoo dan voor een even geschikte sollicitant zonder visueel stigma, en dat deze 3.21 keer kleiner was voor een sollicitant met een zichtbare tattoo dan voor een even geschikte sollicitant met een zichtbare wijnvlek. Er was geen verschil in kans op uitnodiging voor de sollicitant zonder een visueel stigma in vergelijking met de sollicitant met een wijnvlek als visueel stigma. Zelfs in tijden van arbeidsmarktschaarste zijn zichtbare tattoos enigszins taboe. Wethouders en organisaties zouden hier rekening mee kunnen houden door niet alleen sollicitanten met een oncontroleerbaar visueel stigma (zoals een wijnvlek) maar ook sollicitanten met een controleerbaar visueel stigma (zoals een tattoo) beter te beschermen tegen discriminatie.

1 Inleiding

'Tatoeages zijn niet langer exclusief voor zeelui, uitschot of gevangenis klanten. Ook leraren dragen ze. (...) Ik ben niet beschaamd over mijn tatoeage maar ik loop er ook niet mee te koop. Het is iets voor mij persoonlijk. Ik waarschuw leerlingen die met plannen zitten om op zichtbare plaatsen tatoeages te laten zetten. Ik vrees dat ze dan gediscrimineerd zullen worden tijdens sollicitaties. Onterecht, want tatoeages hebben toch geen invloed op hoe goed je je job uitoefent?' (Klasse, 2011)

* Eva Deros is verbonden aan de Vakgroep Personeelsmanagement, Arbeids- en Organisationspsychologie van de Universiteit Gent. Correspondentieadres: Henri Dunantlaan 2, 9000 Gent, e-mail: eva.deros@ugent.be. Alexander Buijsrogge is verbonden aan Deloitte Amsterdam. Annemarie M.F. Hiemstra is verbonden aan de Erasmus Universiteit Rotterdam.

Dit fragment suggereert dat tattoos nog een taboe zijn op de arbeidsmarkt en de arbeidskansen van sollicitanten kunnen ondermijnen. Nochtans is één van de tien adviezen voor een modern selectiebeleid van Fons Leroy, gedelegeerd bestuurder van de Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling (VDAB): ‘Zorg dat er minstens iemand met een tattoo in je team zit.’ De topman van de VDAB wees vooral op de rol die selectieprocedures spelen bij het realiseren van diversiteit in organisaties en het belang om voorbij stigma’s te kijken. ‘Uiteindelijk gaat het om wat iemand kan en wat zijn talenten zijn en niet om hoe hij eruit ziet (...) “Hoe hoort het?” is vaak belangrijker dan “Waar is die persoon goed in?”. We moeten voorbij de stigma’s kijken.’ (Dertien, 2013)

Diversiteit betekent verscheidenheid en is een overkoepelende term voor allerlei mogelijke verschillen die kunnen bestaan tussen mensen in organisaties (Harrison & Klein, 2007). In deze studie zoomen we in op één aspect dat een impact kan hebben op diversiteit, namelijk selectieprocedures. Bouwen aan diversiteit in organisaties start met de instroom van nieuwe medewerkers en het implementeren van selectieprocedures die ‘eerlijk’ of vrij zijn van discriminatie. Discriminatie betekent letterlijk ‘een onderscheid maken’ en wordt in de maatschappij doorgevoerd als iets negatiefs gezien. Maar met het maken van een onderscheid binnen een personeelselectie context is op zich niets mis als men het onderscheid dat men maakt tussen sollicitanten kan verantwoorden op basis van functierelevante kenmerken (National Research Council, 2004). Wanneer sollicitanten differentieel beoordeeld worden op basis van het al dan niet hebben van aantoonbaar, niet-functierelevante kenmerken (zoals een tattoo of een ander stigmatiserend kenmerk), is er sprake van discriminatie,¹ wat het uitbouwen van een divers personeelsbestand kan ondermijnen.

Buijsrogge, Duyck en Deros (2015) onderzochten discriminerende effecten van visuele stigma’s (zoals een tattoo of wijnvlek) op beoordelingen in sollicitatiegesprekken. Maar door de opkomst van nieuwe werving- en selectietools, zoals het video-cv (Hiemstra & Deros, 2015), kunnen stigmatiserende kenmerken al veel vroeger in de selectieprocedure zichtbaar zijn voor recruiters, dit nog vóór sollicitanten uitgenodigd worden voor het feitelijke sollicitatiegesprek of de eerste psychologische tests. Video-cv’s zijn korte filmpjes (1-2 min.) waarin een sollicitant zichzelf voorstelt en deze informatie op een asynchrone wijze deelt met recruiters/potentiële werkgevers en die steeds meer gebruikt worden door werkgevers (Hiemstra, Deros & Born, 2015).

Volgens Lievens en Harris (2003) moet onderzoek naar nieuwe selectie-instrumenten (zoals video-cv’s) aandacht besteden aan de theoretische achtergrond, de psychometrische eigenschappen en de praktische waarde van deze nieuwe instrumenten. Maar ondanks de populariteit van het video-cv is nog maar weinig bekend over dit instrument. In deze studie onderzoeken we daarom één specifieke eigenschap, namelijk de eerlijkheid van video-cv’s. Het bestuderen van de eerlijkheid van video-cv’s is praktisch relevant omdat ze de kans bepaalt dat iemand uitgenodigd wordt voor een sollicitatiegesprek en op die manier zowel het aantal als de kwaliteit van sollicitanten bepaalt die naar de daaropvolgende selectiefase gaan. Daarnaast is er ook behoefte aan theoretische denkkaders wanneer de waarde van nieuwe meetinstrumenten, zoals het video-cv, onderzocht wordt. In

de volgende paragraaf bekijken we eerst verschillende sociaalpsychologische mechanismes (zoals categorisatie, sociale identiteit, duaal procesdenken en statuskarakteristieken; zie Buijsrogge, Derous & Duyck, 2016; Derous, Buijsrogge, Roulin & Duyck, 2016) om discriminatie bij selectie en het (niet) realiseren van diversiteit in organisaties beter te begrijpen. Vervolgens zoomen we in op soorten stigma's en bespreken we discriminatie op basis van twee visuele stigma's (wijnvlekken en tattoo's) die relatief weinig bestudeerd worden in vergelijking met andere stigma's (zoals etnisch-klinkende namen of leeftijd) maar erg in het oog springen bij (video-)sollicitaties. Net als Buijsrogge et al. (2015) onderzoeken we zo initiële indrukvorming van sollicitanten met een visueel stigma (tattoo of wijnvlek), maar in tegenstelling tot deze auteurs bestuderen we initiële indrukvorming op basis van video-cv's tijdens de fase die aan het selectiegesprek voorafgaat (m.n. de pre-interviewfase).

2 Discrimineren en diversiteit

Hoe kunnen we discriminatie bij personeelsselectie en het niet realiseren van een diverse instroom in organisaties begrijpen? Verschillende sociaalpsychologische mechanismes kunnen inzicht verschaffen. Volgens de sociale identiteitstheorie (Tajfel & Turner, 2004) streeft iedereen naar een positief zelfbeeld dat onder meer gevormd wordt door de sociale groep waartoe men behoort. Wanneer individuen anderen ontmoeten (bijv. een sollicitant), treden sociale vergelijkingsprocessen op. Personen die anders zijn (bijv. met een stigma), kunnen bewust of onbewust als een bedreiging van het zelf- en/of groepsbeeld gepercipieerd worden. Men gaat niet alleen categoriseren (d.w.z. een onderscheid maken tussen leden uit de eigen en andere groepen), maar is ook geneigd om leden uit andere groepen te devalueren om zo een positief zelf- en/of groepsbeeld te handhaven. Toegepast op de selectiecontext kan men discriminatie van sollicitanten die gecategoriseerd worden als uitgroepeden (bijv. met een visueel stigma), begrijpen als een motivationele strategie om de eigen en groepsidentiteit te beschermen.

Volgens sociaal-cognitieve theorieën over informatieverwerking en indrukvorming (Brewer, 1999; Fiske, Lin & Neuberg, 1999) gebeurt categorisatie verder spontaan en automatisch. Mensen (zoals recruiters) zijn geneigd om personen (zoals sollicitanten) die ze voor het eerst ontmoeten, automatisch in te delen en te beoordelen op basis van uiterlijke en oppervlakkige kenmerken, die vatbaar zijn voor stereotypering en vooroordelen ('categorisatie'). Pas wanneer meer specifieke, persoonsgebonden informatie over iemand bekend is, is men in staat om initiële (voor)oordelen over deze persoon bij te stellen ('personalisatie').

De manier waarop mensen zich een indruk vormen over anderen (categorisatie vs. personalisatie), kan verder verklaard worden vanuit het duaal procesdenken (Evans, 2008). Volgens het duaal-proces-model kunnen we reacties ten aanzien van (gestigmatiseerde) personen verklaren door het samenspel van twee verschillende denksystemen, namelijk Type 1/Systeem 1-denken en Type 2/Systeem 2-denken. Categorisatie komt tot stand op basis van Type 1/Systeem 1-denkprocessen: dit zijn intuïtieve, reflexmatige reacties die automatisch geactiveerd wor-

den wanneer we bepaalde informatie (zoals een stigma) waarnemen. Deze Type 1-denkprocessen werken erg snel op basis van heuristieken (of cognitieve scripts) en komen tot uiting in de eerste indruk die we over een persoon vormen. Een voorbeeld van een Type 1-denkproces is het automatisch toeschrijven van bepaalde groepskenmerken aan een individuele sollicitant met een visueel stigma (Buijsrogge et al., 2015). Zo leiden stigmatiserende persoonskenmerken zoals een tattoo of wijnvlek (ook wel 'diffuse' kenmerken, zie Berger, Cohen & Zelditch, 1972; Bunderson, 2003) tot bepaalde verwachtingen over de toekomstige werkprestaties van sollicitanten met een visueel stigma. Deze verwachtingspatronen werken als heuristieken of cognitieve 'shortcuts' die een initiële indruk op basis van deze stigmatiserende kenmerken verder versterken (Deros et al., 2016).

Personalisatie, daarentegen, komt tot stand op basis van zogenaamde Type 2/Systeem 2-denkprocessen. Dit zijn meer gecontroleerde, bewuste processen die aangestuurd worden door waarden, normen en regels (zoals bijv. gedragscodes). Deze Type 2-denkprocessen kunnen 'ingrijpen' en Type 1-denkprocessen, zoals verwachtingspatronen, corrigeren wanneer het resultaat van de automatische reacties (Type 1-denkprocessen) als sociaal onwenselijk beschouwd wordt (bijv. een afkeurende reactie ten aanzien van personen met een wijnvlek of tattoo). Naarmate men meer gepersonaliseerde informatie over een persoon met een stigma verkrijgt (bijv. meer gedetailleerde en gevalideerde informatie over voorgaande werkprestaties en/of testresultaten), wordt de kans groter dat Type 2-denkprocessen ingrijpen en de initiële, afkeurende reactie corrigeren conform de objectieve functiecriteria en/of gedragsregels.

Maar omdat de hoeveelheid persoonsgebonden informatie in (video-)cv's vrij beperkt is, is de cv-screeningfase per definitie gevoelig voor categorisatie (Deros & Ryan, 2018a). Verschillende heuristieken zoals de 'attribuut-substitutie'-heuristiek (Tversky & Kahneman, 1974) en sociaalpsychologische mechanismes, zoals het similariteit-attractiviteitprincipe (Byrne, 1961), kunnen categorisatie versterken. Bijvoorbeeld, in een selectiesituatie proberen recruiters een antwoord te formuleren op een vrij complexe vraag, namelijk: 'Is deze sollicitant de beste kandidaat voor deze functie?' Omdat recruiters in het begin van een selectieprocedure (bijv. bij het bekijken van video-cv's) nog geen goed overzicht hebben van de sterke en zwakke punten van *alle* sollicitanten, zullen ze geneigd zijn om deze complexe vraag te reduceren tot een meer behapbaar vraagstuk, dat gemakkelijker te beantwoorden is, namelijk: 'Is deze sollicitant geschikt voor deze functie?' Dit is een voorbeeld van de 'attribuut-substitutie'-heuristiek (Kahneman, 2003).

Daarnaast helpen andere mechanismes, zoals het similariteit-attractiviteitprincipe (Byrne, 1961), beoordelaars om de (vereenvoudigde) vragen verder te beantwoorden. Personen die op één of andere manier (psychologisch/fysisch) op ons lijken, worden automatisch als meer aantrekkelijk en positiever beoordeeld dan personen die we minder goed kennen en die minder op ons lijken. Het omgekeerde geldt voor personen of situaties waarmee we minder vertrouwd zijn. Bij werving en selectie wordt een gelijkaardig fenomeen vastgesteld: volgens het 'Attraction-Selection-Attrition'-model (ASA; Schneider, 1987) hebben organisaties de neiging om sollicitanten aan te trekken die niet alleen competent zijn maar ook goed

passen in de organisatie in termen van waarden, opvattingen, persoonlijkheid, enzovoort. Verschillende organisaties trekken zo verschillende sollicitanten aan waardoor op termijn de verschillen tussen medewerkers in organisaties kleiner worden dan de verschillen tussen medewerkers van verschillende organisaties (Schneider, Smith, Taylor & Fleenor, 1998). Dit fenomeen wordt ook 'homosocial reproduction' (homogenisatie) genoemd en kan beschouwd worden als een emanatie van Type 1-denkprocessen.

Homogenisatie is best risicovol omdat het de diversiteit in organisaties kan ondermijnen. Maar waarom is er die tendens tot homogenisatie bij het aannemen van personeel? Recruiters zijn immers gebonden aan antidiscriminatie-wetgeving en gedragscodes die corrigerend moeten optreden volgens het duaal procesdenken. Type 2-denkprocessen (Buijsrogge et al., 2015) grijpen volgens deze theorie niet altijd in. Of ze dit doen, is mede afhankelijk van de context en de mate waarin Type 1-impulsen als sociaal onwenselijk beschouwd worden. Op korte termijn kan homogenisatie immers erg comfortabel zijn voor een beoordelaar /organisatie omdat homogenisatie appelleert aan een subjectief gevoel van veiligheid en zo de groepsidentiteit versterkt. In heel wat selectiesituaties wordt hier zelfs (onbewust) op aangestuurd: sollicitanten en recruiters gaan op zoek naar een 'match' vanuit een supplementair 'persoon-job'/'persoon-organisatie'-fit-perspectief (Turban, Lau, Ngo, Chow & Si, 2001). Echter, op langere termijn kan homogenisatie op die manier leiden tot een gebrek aan diversiteit waardoor organisaties minder flexibel kunnen inspelen op veranderingen in de ruimere arbeidsmarkt (Schneider et al., 1998).

3 Stigma's

3.1 Soorten stigma's

De term stigma (Grieks: $\sigma\tau\iota\gamma\mu\alpha$) werd voor het eerst gebruikt door de oude Grieken en verwijst naar een gebruik waarbij slaven en gevangenen een brandmerk (of stigma) kregen als ze probeerden te ontsnappen. Een stigma werd zo een schandvlek. Het eerste wetenschappelijke boek over stigma's (Goffman, 1963) omschrijft stigma's dan ook als ongewenste persoonlijke of uiterlijke kenmerken die iemand onderscheiden van anderen, ervoor zorgen dat men als minderwaardig beschouwd wordt en in een bepaalde sociale context zelfs tot discriminatie kunnen leiden (bijv. Crocker, Major & Steele, 2008; Jones et al., 1984; Major & O'Brien, 2005).

Stigma's worden op verschillende manieren ingedeeld. Goffman (1963) onderscheidt drie soorten stigma's: stigma's die verwijzen naar iemands sociaal-culturele en etnische achtergrond (bijv. huidskleur, etnisch klinkende naam), fysieke afwijkingen of malformaties (bijv. littekens, brandwonden, wijnvlekken) en bepaalde – doorgaans vrij negatief gepercipieerde – persoonskenmerken zoals verslavingen, mentale beperkingen, enzovoort (zie voor een gelijkaardige indeling: Major & O'Brien, 2005). Recente taxonomieën maken een meer fijnmazige opsplitsing. Zo onderscheiden Towler en Schneider (2005) op basis van clusteranalyse zeven verschillende stigma's: (1) fysieke beperkingen, (2) mentale beperkingen,

(3) etnische identiteit, (4) seksuele identiteit, (5) lagere sociaaleconomische situatie, (6) sociaal-afwijkend gedrag en (7) sociaal-afwijkende fysieke kenmerken, zoals malformaties.

De stigmatiserende kenmerken die doorgaans onderzocht worden in het kader van diversiteit en discriminatie, behoren tot de zogenaamde 'Big 3' van diversiteit, namelijk etnische afkomst, geslacht en leeftijd ('demografische diversiteit'; zie Van Knippenberg, Homan & van Ginkel, 2013). Opvallend is dat stigmatiserende kenmerken die verwijzen naar een fysiek aangeboren malformatie (zoals een wijnvlek) en/of een bewust gekozen lichaamsverfraaiing (zoals een tattoo of een piercing), minder bestudeerd worden dan stigmatiserende kenmerken die verwijzen naar één van de 'Big 3' van diversiteit (Buijsrogge et al., 2015). Toch heeft ongeveer 10-11% van de wereldbevolking een visuele, aangeboren malformatie (Valente, 2004). Daarnaast zijn er visuele stigma's die gewent zijn: een groeiend aantal personen laat bewust lichaamsverfraaiingen, zoals tattoos en piercings, aanbrengen (Roberts & Ryan, 2002; Wohlrab, Fink, Kappeler & Brewer, 2009). Een personeelsbestand zou een weerspiegeling moeten zijn van verschillende vormen van diversiteit.² Hieronder bespreken we wat verstaan wordt onder wijnvlekken (een aangeboren, niet-controleerbaar stigma) en tattoos (een zelf gekozen, controleerbaar stigma). We kiezen voor deze twee stigma's omdat we verwachten dat de aard van de stigma's van invloed is op hoe hierop gereageerd wordt (algemeen/recruiters).

3.2 *Wijnvlekken*

Rode wijnvlekken (naevus flammeus) komen meestal voor in het gelaat, de hals en de nek, en zijn aangeboren capillaire vaatmalformaties of vasculaire afwijkingen waarbij de haarvaten in diameter verwijd zijn bij de geboorte en eruitzien als roze vlekken. Bij ongeveer 75% van de pasgeborenen zouden wijnvlekken – en aan wijnvlekken verwante aandoeningen, zoals ooievaarsbeten – voorkomen maar meestal ook spontaan verdwijnen tijdens het tweede levensjaar. Als ze niet spontaan verdwijnen, kunnen wijnvlekken verder uitzetten en na verloop van tijd donkerder (rood-paars) en ook dikker worden (Van der Vleuten & Verhoeven, 2015). Al in de Griekse oudheid relateerde men fysieke schoonheid aan positieve persoonlijkheidskenmerken. Dit 'what is beautiful is good'-principe, waarbij positieve kenmerken worden toegeschreven aan 'fysiek mooie' personen, werd ook in de gedragswetenschappen gedocumenteerd door Dion, Berscheid en Walster (1972). Latere meta-analyses bevestigen het 'what is beautiful is good'-principe en tonen aan dat fysiek meer aantrekkelijke personen als meer competent, intelligent, mentaal stabiel en sociaal aangepast gezien worden dan personen die fysiek minder aantrekkelijk zijn (bijv. Eagly, Ashmore, Makhijani & Longo, 1991; Feingold, 1992; Langlois et al., 2000; Lorenzo, Biesanz & Human, 2010). Fysiek aantrekkelijke personen zouden ook positiever geëvalueerd worden op het werk en bij sollicitaties, zeker als er veel extern klantencontact is (Hosoda, Stone-Romero & Coats, 2003; Tews, Stafford & Zhu, 2009).

Fysieke malformaties, daarentegen, wekken eerder angst en afkeer op (Colella & Stone, 2005; Thompson & Kent, 2001) en kunnen leiden tot diverse, negatieve reacties. Mensen willen in een treincoupé niet gaan zitten naast een persoon met

een wijnvlek (Houston & Bull, 1994), gaan verder weg staan van een persoon met een wijnvlek wanneer ze de straat oversteken (Rumsey, Bull & Gahagan, 1982) en geven minder geld uit aan een goed doel wanneer een persoon met een wijnvlek collecteert in vergelijking met een persoon zonder wijnvlek (Bull & Stevens, 1981). Ook binnen de werkcontext, en in het bijzonder sollicitatieprocedures, wordt negatief gereageerd op personen met fysieke malformaties (McElroy, Summers & Moore, 2014; Stevenage & McKay, 1999; Timming, 2015). Sollicitanten met een faciale malformatie (zoals een wijnvlek) vindt men minder competent en minder gekwalificeerd dan even gekwalificeerde sollicitanten zonder malformatie (Stevenage & McKay, 1999), en worden ook meer gediscrimineerd in een selectiecontext. Zo vonden Madera en Hebl (2012) dat gekwalificeerde sollicitanten met een wijnvlek negatievere interviewbeoordelingen kregen dan even gekwalificeerde sollicitanten zonder wijnvlek. Buijsrogge, Derous en Duyck (2016) toonden verder aan dat recruiters hun initiële impressies over sollicitanten aanpasten op het einde van het selectiegesprek, maar dat dit in mindere mate lukte voor sollicitanten die een wijnvlek hadden. Na de initiële kennismakingsfase vond men sollicitanten met een wijnvlek minder geschikt dan even gekwalificeerde sollicitanten zonder wijnvlek. Voor de recruiters was het moeilijk om deze eerste indruk aan te passen op basis van de daaropvolgende inhoudelijke vragenronde, in vergelijking met de even geschikte sollicitanten die geen wijnvlek hadden.

3.3 *Tattoos*

Het woord tatoeage (of tattoo) zou van het Tahitiaanse woord 'tatu' afkomstig zijn en vlek of streep betekenen. Tatoeages zijn doelbewuste, met inkt aangebrachte lichaamsverfraaiingen (bijv. een tekening, tekst) in de opperhuid. Tattoos werden van oudsher aangebracht bij/door leden uit bepaalde gemeenschappen, zoals volksstammen (bijv. Picten, Samoa, Maori) en beroepsgroepen (bijv. zeevaarders, soldaten) en hadden niet noodzakelijk een negatieve connotatie. Maar vanaf het einde van de negentiende eeuw werden tattoos geassocieerd met groepen die zich eerder aan de rand van de maatschappij bevonden ('outcasts' en 'outlaws' zoals gevangenen, leden van motorbendes, nozems, enz.). Tattoos waren niet alleen een teken van groepslidmaatschap maar ook een soort brandmerk dat geassocieerd werd met deviant gedrag (lichte zeden, alcoholmisbruik, druggebruik, wapenbezit en geweld; zie Roberts, 2012; Timming, Nickson, Re & Perrett, 2017).

De laatste decennia zijn tatoeages populairder geworden. Naar schatting 25% van de volwassen populatie in Europa (Aslam & Owen, 2013) en de Verenigde Staten (Elzweig & Peeples, 2011) zou een tattoo hebben (in de eerste helft van de twintigste eeuw zou dat nog maar 10% geweest zijn; Elzweig & Peeples, 2011). Het benadrukken van de persoonlijke, unieke identiteit is het belangrijkste motief voor het plaatsen van een tatoeage (Antoszewski, Sitek, Fijałkowska, Kasielska & Kruk-Jeromin, 2010; Tiggemann & Hopkins, 2011). Tattoos kunnen verwijzen naar iemands persoonlijkheid en een vorm van zelfexpressie zijn die geassocieerd wordt met zelfverzekerdheid, creativiteit en openheid (Swami, 2011; Tate & Shelton, 2008). Maar daarnaast worden tattoos ook geassocieerd met minder

positieve persoonlijkheidskenmerken, zoals een hoge mate van ‘sensation seeking’ en een lage mate van integriteit, consciëntieusheid, generositeit en zelfs intelligentie (Wohlrab, Stahl, Rammsayer & Kappeler, 2007). Deze laatste associaties dragen opnieuw bij aan het vrij stereotiepe en negatieve beeld van personen met tattoos.

Een zichtbare tattoo is ook op de werkplek nog taboe: werkgevers en HR-professionals zijn minder geneigd om sollicitanten met een (zichtbare) tattoo uit te nodigen of aan te nemen dan sollicitanten zonder een (zichtbare) tattoo. Een Australische studie (Bekhor, Bekhor & Gandrabur, 1995) toont bijvoorbeeld dat minder dan 30% van de bevroegde werkgevers iemand met een zichtbare tattoo een contract wilde aanbieden. In een studie van Swanger (2006) gaf maar liefst 86.67% van de bevroegde HR-professionals (managers/recruiters) aan dat zichtbare tattoos en piercings negatief gepercipieerd werden in hun organisaties. Ook meer recente surveys (Pinto, 2016) tonen weerstand, al zouden sommige bedrijven (zoals Starbucks; zie Solomon, 2014) meer en meer openstaan voor getatoeëerde medewerkers. Volgens Timming (2015) is ‘angst voor reacties van klanten’ precies één van de redenen waarom werkgevers/recruiters een negatieve houding hebben ten aanzien van sollicitanten met zichtbare tattoos. Want klanten (zowel zonder als mét tattoos) zouden doorgaans negatief staan ten aanzien van werknemers met een zichtbare tattoo, zeker als het gaat over bedienden en andere dienstverlenende functies (en dit in diverse sectoren; zie bijv. Baumann, Timming & Gollan, 2016; Dean, 2010, 2011).

4 Video-cv’s, visuele stigma’s en discriminatie

Selectieprocedures worden doorgaans trapsgewijs georganiseerd en starten meestal met de cv-screening fase, die gevolgd wordt door sollicitatiegesprekken en/of psychologische tests (zoals cognitieve vaardigheidstests, persoonlijkheidsvragenlijsten, gedragsproeven). Er is al veel onderzoek verricht naar bias in het selectie-interview (Buijsrogge et al., 2015) en de zogenaamde ‘adverse impact’ van psychologische tests als cognitieve vaardigheidstests (zie Oostrom & Born, 2013; Outzz, 2010). Onderzoek heeft relatief minder aandacht besteed aan de fase die daaraan voorafgaat, namelijk de cv-screeningfase. Toch is de cv-screeningfase belangrijk omdat deze fase bepalend is voor het aantal en de kwaliteit van de sollicitanten die verderop in de selectieprocedure getest worden en zo ook de kwaliteit (en eerlijkheid) van de daaropvolgende testfases bepaalt (Deros & Ryan, 2018b).

De cv-screeningfase blijkt zeer gevoelig te zijn voor stereotypering en discriminatie. Een meta-analyse van Zschirnt en Ruedin (2016), bijvoorbeeld, toont dat etnische minderheden tot 50% meer ‘papierene’ cv’s moeten opsturen naar potentiële werkgevers om even vaak uitgenodigd te worden voor een vervolgesprek dan even gekwalificeerde etnische meerderheden. Recente technologische ontwikkelingen en het gebruik van multimedia leiden tot nieuwe instrumenten, zoals video-cv’s, waarmee sollicitanten zich kunnen voorstellen aan potentiële werkgevers. Het wetenschappelijke onderzoek naar video-cv’s is echter schaars en één

van de centrale vragen is of video-cv's 'fair' zijn. Video-cv's stellen ons voor een dilemma: enerzijds kunnen video-cv's als een antidotum werken tegen discriminatie omdat meer functie-relevante informatie gedeeld wordt (Hiemstra et al., 2015), maar anderzijds kunnen video-cv's ook leiden tot discriminatie (Lefkowitz, 1994) omdat ook meer níet-functierelevante informatie zichtbaar wordt op een moment waarop de recruiter over relatief weinig gepersonaliseerde informatie over de sollicitant beschikt. Wanneer relatief *weinig informatie* beschikbaar is over sollicitanten, zoals in een 1-2 minuten durende video-cv, kan dit leiden tot categorisatie op basis van oppervlakkige kenmerken, zoals stigma's (zie theorieën over informatieverwerking en indrukvorming; bijv. Fiske et al., 1999). Vooral *visuele* stigma's verhogen het risico op categorisatie omdat ze in sterke mate iemands aandacht trekken en snel verwerkt worden. De kans op categorisatie is met andere woorden groter voor sollicitanten met een visueel stigma dan voor sollicitanten zonder (visueel) stigma. Selectieve aandachtsprocessen kunnen zo leiden tot een minder diepgaande verwerking van de meer inhoudelijke (auditiële/gedragmatige) informatie (Buijsrogge et al., 2016). Op die manier wordt het risico op discriminatie nog groter voor sollicitanten met een visueel stigma in vergelijking met sollicitanten zonder visueel stigma. Het bovenstaande leidt tot de volgende hypothese:

Hypothese 1: Gekwalificeerde sollicitanten die solliciteren met een video-cv hebben minder kans om uitgenodigd te worden voor het daaropvolgende sollicitatiegesprek wanneer ze een visueel stigma hebben dan even geschikte sollicitanten die geen visueel stigma hebben.

Niet alle visuele stigma's leiden in dezelfde mate tot negatieve verwachtingspatronen en reacties (Colella & Stone, 2005). Stereotypen over personen met een tattoo zijn negatiever omdat ze sterker gerelateerd worden aan deviant gedrag dan stereotypen over personen met een wijnvlek. Verder worden stigma's waarvoor de gestigmatiseerde persoon niet persoonlijk verantwoordelijk gesteld wordt (zoals wijnvlekken, die aangeboren zijn) doorgaans minder negatief beoordeeld dan stigma's waarvoor men als individu wél verantwoordelijk gesteld wordt (zoals tattoos, waarvoor men zelf gekozen heeft) omdat 'controleerbare stigma's' beschouwd worden als een doelbewuste uiting van een persoonlijke mening/keuze (Antoszewski et al., 2010; Tiggemann & Hopkins, 2011; Wohlrab et al., 2007) en oncontroleerbare stigma's (zoals een aangeboren, fysieke malformatie) geen uiting zijn van iemands persoonlijke mening/keuze (causale attributietheorie; Weiner, Perry & Magnusson, 1988). Net als bij andere aangeboren fysieke beperkingen zullen personen met wijnvlekken (aangeboren malformatie) daardoor meer medelijden en mededogen opwekken dan personen met een tattoo (bewuste lichaamsverfraaiing; Colella & Stone, 2005). In deze studie staat discriminatie door beoordelaars centraal, maar een gelijkaardig attributieproces zien we bij personen die gestigmatiseerd worden (Major & Eliezer, 2010): Het negatieve effect van gepercipieerde discriminatie op iemands gevoel van eigenwaarde zal minder groot zijn als de oorzaak van de gepercipieerde discriminatie eerder aan oncontroleerbare factoren (bijv. aangeboren malformatie; vooroordelen van anderen) dan aan con-

troleerbare factoren (bijv. zelf gekozen stigma) toegeschreven kan worden. Zowel op basis van de heersende stereotiepe denkbeelden als deze (causale) attributies veronderstellen we dat discriminatie op basis van video-cv's groter zal zijn voor sollicitanten met zichtbare, controleerbare lichaamsverfraaiingen (tattoos) dan voor sollicitanten met zichtbare, oncontroleerbare of aangeboren malformaties (wijnvlekken):

Hypothese 2: Gekwalificeerde sollicitanten die solliciteren met een video-cv hebben minder kans om uitgenodigd te worden voor het daaropvolgende sollicitatiegesprek wanneer ze een tattoo hebben dan even geschikte sollicitanten die een wijnvlek hebben.

5 Methode

5.1 Deelnemers en design

De steekproef van deze studie bestond uit 128 masterstudenten die deelnamen aan een HR-business game in een HRM-masterclass. Na het verwijderen van dertien respondenten (omdat de opdracht niet goed begrepen was of gegevens niet ingevuld waren) bestond de definitieve steekproef uit 115 studenten (28% mannen, $M_{\text{leeftijd}} = 24.87$; 100% etnische meerderheid; 77% waren studenten arbeids- en organisatiepsychologie en geen van de studenten had een zichtbaar stigma). De studenten hadden een algemene basiskennis over werving en selectie (op basis van de eerder gevolgde basis cursus HRM) maar geen specifieke voorkennis over discriminatie omdat de colleges over discriminatie pas ná de business game gegeven werden. Studenten hadden verder gemiddeld tot veel ervaring met cv-screening, onder meer op basis van twee voorgaande bedrijfsstages.

In de context van de HR-business game namen de studenten deel aan een experimentele studie met een binnen-subjectdesign en drie condities (d.w.z. één video-cv-conditie zonder stigma, één met wijnvlek of één met tattoo). Er werd gekozen voor wijnvlekken versus tattoos op basis van voorgaande studies over stereotiepe denkbeelden die gerelateerd zijn aan prestatieverwachtingen van personen met deze stigma's (zie hiervoor). De afhankelijke variabele was een binaire selectie-uitkomst waarbij men moest aangeven of men elk van de drie (fictieve) sollicitanten op basis van het video-cv zou uitnodigen voor een selectiegesprek voor de functie van commercieel verantwoordelijke (Dean, 2010; Timming, 2015).

5.2 Procedure en meetinstrumenten

Deelnemers namen in kleine teams van vijf personen gedurende één week deel aan een HR-business game. De HR-business game was een simulatie van een HR-afdeling in een bedrijf (GSM-producent) waarbij elk team verantwoordelijk was voor het HR-beleid van de eigen organisatie. De HR-medewerkers moesten in de business game gedurende een gesimuleerde periode van acht kwartalen of twee jaargangen (de business game werd echter 'gespeeld' verspreid over één volledige week) verschillende beslissingen nemen, zowel individueel als in een groep, met

betrekking tot diverse HR-activiteiten (selectie, training, promotie, beloning, veiligheid, enz.). De cv-screeningtaak was een specifieke taak die ingebouwd werd in de HR-business game en waarbij deelnemers individuele beslissingen moesten nemen over sollicitanten, waardoor de taak als realistisch overkwam (binnen de simulatie) en de feitelijke onderzoeksvraag (omtrent discriminatie) gemaskeerd bleef voor de deelnemers aan de game.

Eén maand vóór de HR-business game van start ging, werden de volgende demografische achtergrondvariabelen verzameld: leeftijd (open vraag; uitgedrukt in aantal jaren), geslacht (man vs. vrouw) en ervaring met cv-screening (bijv. 'Hoeveel ervaring heeft u met cv-screening?', 1 = geen/zeer weinig, 2 = weinig, 3 = eerder weinig, 4 = eerder veel, 5 = veel, 6 = zeer veel). Tijdens de HR-business game (in het begin van kwartaal 7) moesten alle teamleden uit een video-database sollicitanten screenen voor de functie van commercieel verantwoordelijke voor het GSM-bedrijf waarin ze werkzaam waren. Om na te gaan of men de functieomschrijving goed begrepen had, dienden deelnemers eerst aan te geven over welk soort functie het ging (met name een commerciële functie als verantwoordelijke met veel extern klantencontact). Vervolgens werd een trapsgewijze selectieprocedure gesimuleerd. Elke deelnemer kreeg eerst een lijst met negen video-cv's die ze konden aanklikken/bekijken (de 'longlist' met negen sollicitanten). Naast de drie 'target' video-cv's die (even) geschikt waren voor de functie als commercieel verantwoordelijke (en dus enkel van elkaar verschilden in diffuse statuskenmerken en niet in specifieke statuskenmerken; Bunderson, 2003), waren er ook zes 'filler' video-cv's van sollicitanten die niet geschikt waren voor deze functie: de 'filler-sollicitanten' hadden geen relevante studieachtergrond voor de functie en ook geen functierelevante werkervaring. Deze 'filler' video-cv's zijn om twee redenen toegevoegd. Ten eerste is hiervoor gekozen om een realistisch aantal video-cv's te tonen, gegeven de eerste fase van het trapsgewijze selectieproces dat gesimuleerd werd. Verder is gekozen voor 'filler' video's om het doel van het experiment verder te maskeren. Daarna kreeg elke deelnemer een 'shortlist' die bestond uit de drie 'target' video-cv's die men moest beoordelen: één video-cv waarin de sollicitant geen stigma had (controle), één video-cv met wijnvlek en één video-cv met tattoo. Deze shortlist was de lijst met sollicitanten die zogenaamd door de collega-recruiters geselecteerd was (in werkelijkheid waren dit de onderzoekers). Voor elke 'target' video-cv moest men meteen na het zien van het cv individueel aangeven of men de sollicitant zou uitnodigen voor een gesprek.

5.3 Studiemateriaal

Negen mannelijke, professionele acteurs met dezelfde nationale/etnische origine³ werden getraind om op een gestandaardiseerde wijze de cv-scripts op te nemen op video. De scripts van alle video-cv's hadden dezelfde structuur: een korte introductie, informatie over werkervaring en vooropleiding, en waar men naar op zoek was in een baan. Een aantal voorzorgsmaatregelen werden ingebouwd bij de ontwikkeling/het opnemen van de video-cv's. Verschillende acteurs hebben naast de 'filler' video's ook 'target' video's opgenomen in drie stigmacondities (controle, wijnvlek, tatoeage) waarbij de volgorde van de opnames ver-

schilde tussen de acteurs om op die manier eventuele leereffecten bij het opnemen uit te balanceren. Dit was echter een voorzorgsmaatregel om eventuele ‘confounds’ te ondervangen (mogelijk kleine verschillen die er toch ongemerkt kunnen insluipen omdat ze op voorhand moeilijk controleerbaar zijn tussen kandidaten van de target-cv’s). Geen enkele acteur had van zichzelf reeds een zichtbare tatoeage of wijnvlek. Voor deze studie werden de visuele stigma’s (enkel voor de ‘target’ video-cv’s) door een professionele make-up artieste volgens de geëigende technieken aangebracht op een zichtbare plaats in de hals of het gelaat van de acteur⁴. De tattoo was een abstracte tatoeage zonder een specifieke of uitgesproken negatieve of positieve betekenis (type ‘tribal tattoo’; Wohlrab et al., 2007). In een voorstudie ($n = 31$) werd zowel de wijnvlek als de tattoo door alle deelnemers (100%) op een correcte manier als wijnvlek of tattoo geïdentificeerd. De drie ‘target’ video-cv’s werden, tot slot, in vier verschillende reeksen geprogrammeerd voor aanbieding aan de deelnemers. Elke reeks bestond uit drie ‘target’ video-cv’s (en daarnaast zes ‘filler’ video-cv’s) die in een random volgorde aan de deelnemers werden aangeboden. Om een voldoende aantal deelnemers per reeks te garanderen, is voor partiële contrabalancering van de target video-cv’s gekozen in plaats van volledige contrabalancering. Doordat de condities (of acteurs) in vier verschillende reeksen (volgordes) geprogrammeerd werden voor aanbieding aan de deelnemers, konden we zowel designmatig als statistisch controleren voor potentiële ‘confounds’.

Tabel 1 Gemiddelden, standaarddeviaties en intercorrelaties

	M	SD	1	2	3	4	5	6
1. Geslacht ^{a, b}	0.71	0.45	--					
2. Leeftijd	24.87	5.86	-.16	--				
3. Ervaring met cv-screening	3.70	1.14	.08	-.17	--			
4. Uitnodiging Controle – geen stigma ^{a, c}	0.43	0.49	-.10	-.07	.23**	--		
5. Uitnodiging Stigma – wijnvlek ^{a, d}	0.63	0.49	-.09	-.14	.21*	.24**	--	
6. Uitnodiging Stigma – tattoo ^{a, e}	0.37	0.49	-.07	-.10	.17	.20*	.26**	--

NB. $N = 115$.

* $p < .05$; ** $p < .01$

^a Kendall's tau correlatie

^b 0 = man, 1 = vrouw

^c Uitnodiging Controle – geen stigma: geen uitnodiging = 0; uitnodiging = 1

^d Uitnodiging Stigma – wijnvlek: geen uitnodiging = 0; uitnodiging = 1

^e Uitnodiging Stigma – tattoo: geen uitnodiging = 0; uitnodiging = 1

6 Resultaten

Tabel 1 toont de gemiddelden, standaarddeviaties en intercorrelaties van de studievariabelen. Hypotheses 1 en 2 zijn onderzocht door middel van een serie logistische regressieanalyses voor herhaalde metingen met uitnodiging voor het interview (ja/nee) als de afhankelijke variabele (zie Tabel 2). Eerst onderzochten we de potentiële effecten van beoordelaarskenmerken (m.n. leeftijd, geslacht, ervaring met cv-screening en potentieel andere, oncontroleerbare effecten in acteur/cv-script) op de kansen op uitnodiging. Het geheel van beoordelaarskenmerken was niet significant, $\chi^2(6) = 6.99, p = .32$ (Model 1). Enkel ervaring met cv-screening was significant: de kans op uitnodiging was 1.22 groter naarmate men meer ervaring had met cv-screening, $B = 0.20, SE(B) = 0.10, Wald = 4.02, p = .045$. Om uit te sluiten dat de kans op uitnodiging te wijten is aan kenmerken van de beoordelaar is bij het toetsen van de hypotheses steeds voor alle beoordelaarskenmerken gecontroleerd in een eerste stap.⁵

Hypothese 1 veronderstelde dat sollicitanten die solliciteerden met een video-cv, minder kans hadden om uitgenodigd te worden voor een sollicitatiegesprek wanneer ze een visueel stigma hadden in vergelijking met even geschikte sollicitanten zonder visueel stigma. Model 2 vergelijkt de kansen op uitnodiging voor sollicitanten met een visueel stigma (wijnvlek of tattoo) en voor sollicitanten zonder een visueel stigma, $\chi^2(7) = 19.15, p = .008$ (Model 2). Na controle voor beoordelaarskenmerken was de kans om uitgenodigd te worden .43 keer lager voor een sollicitant met een visueel stigma (wijnvlek of tattoo) dan voor een even geschikte sollicitant zonder een visueel stigma, $B = -0.84, SE(B) = 0.25, Wald = 11.64, p = .001$. Wanneer de stigmacondities 'tattoo' en 'wijnvlek' elke apart vergeleken werden met de controleconditie (zonder stigma), dan was het model met de wijnvlek niet significant, $\chi^2(7) = 11.23, p = .13$ (Model 3) en het model met de tattoo wel significant, $\chi^2(7) = 34.77, p = .00$ (Model 4). In het bijzonder was de kans om uitgenodigd te worden 4.29 keer lager voor een sollicitant met een tattoo dan voor een even geschikte sollicitant zonder visueel stigma, $B = 1.46, SE(B) = 0.30, Wald = 24.34, p = .00$. Hypothese 1 werd deels bevestigd: een sollicitant had op basis van zijn video-cv minder kans om uitgenodigd te worden als hij een tattoo had in vergelijking met een even geschikte sollicitant die geen visueel stigma had. Voor sollicitanten met een wijnvlek werd geen verschil gevonden of was de kans op uitnodiging even groot met of zonder visueel stigma.

Hypothese 2 onderzocht verder of de kans op discriminatie op basis van een video-cv sterker was voor sollicitanten die een zichtbare tattoo hadden (controleerbaar stigma) dan voor even geschikte sollicitanten die solliciteerden met een video-cv en een wijnvlek hadden (oncontroleerbaar stigma). Model 5 was significant, $\chi^2(7) = 20.90, p = .004$. Zoals blijkt uit Tabel 2 was stigma een significante voorspeller, $B = 1.17, SE(B) = 0.29, Wald = 16.20, p = .00$. Na controle voor beoordelaarskenmerken was de kans om uitgenodigd te worden 3.21 keer lager voor een sollicitant met een tattoo dan voor een even geschikte sollicitant met een wijnvlek. Hypothese 2 werd bevestigd: een sollicitant had op basis van zijn video-cv minder kans om uitgenodigd te worden als hij een tattoo had in vergelijking met een even geschikte sollicitant die een wijnvlek had.

Tabel 2 *Effect van stigma op uitnodiging (Hypotheses 1 en 2)*

Model	Variabelen	B	SE (B)	Wald	Exp (B) [95 % CI]	Sig. (p)	χ² (df)	n
Model 1	Leeftijd	-0.020	0.019	1.051	0.981 [0.94, 1.02]	.305	6,99 (6)	345
	Geslacht ^a	0.182	0.251	0.528	1.200 [0.73, 1.96]	.468		
	Ervaring cv-screening	0.199	0.099	4.021	1.220 [1.01, 1.48]	.045		
	Actor/Script 1 ^b	0.150	0.315	0.228	1.162 [0.63, 2.15]	.633		
	Actor/Script 2 ^b	0.252	0.304	0.689	1.287 [0.71, 2.34]	.407		
	Actor/Script 3 ^b	0.256	0.305	0.707	1.292 [0.71, 2.35]	.400		
Model 2	Leeftijd	-0.021	0.02	1.116	0.980 [0.94, 1.02]	.298	19,15 (7)	345
	Geslacht ^a	0.191	0.256	0.558	1.210 [0.73, 1.99]	.467		
	Ervaring cv-screening	0.202	0.102	3.938	1.223 [1.00, 1.50]	.042		
	Actor/Script 1 ^b	0.098	0.320	0.093	1.103 [0.59, 2.07]	.760		
	Actor/Script 2 ^b	0.121	0.313	0.151	1.129 [0.61, 2.08]	.698		
	Actor/Script 3 ^b	0.254	0.310	0.668	1.289 [0.70, 2.37]	.414		
	Stigma ^c	-0.842	0.247	11.640	0.431 [0.27, 0.70]	.001		
Model 3	Leeftijd	-0.01	0.023	0.236	0.989 [0.940, 1.030]	.627	11,226 (7)	230
	Geslacht ^a	0.127	0.317	0.159	1.135 [0.609, 2.114]	.690		
	Ervaring cv-screening	0.317	0.129	6.075	1.373 [1.067, 1.766]	.014		
	Actor/Script 1 ^b	0.256	0.386	0.438	1.291 [0.606, 2.753]	.508		
	Actor/Script 2 ^b	0.600	0.412	2.125	1.823 [0.813, 4.086]	.145		
	Actor/Script 3 ^b	0.541	0.405	1.786	1.718 [0.777, 3.801]	.181		
	Stigma ^d	-0.274	0.292	0.881	0.760 [0.429, 1.348]	.348		

Model 4	Leeftijd	-0.059	0.028	4.373	0.943 [0.893, 0.996]	.035	34.77 (7)	230
	Geslacht ^a	0.162	0.350	0.213	1.174 [0.592, 2.335]	.645		
	Ervaring cv-screening	0.165	0.131	1.570	1.179 [0.911, 1.525]	.210		
	Actor/Script 1 ^b	0.566	0.448	1.596	0.568 [0.236, 1.367]	.207		
	Actor/Script 2 ^b	0.364	0.393	0.857	0.695 [0.322, 1.501]	.355		
	Actor/Script 3 ^b	0.166	0.405	0.167	0.847 [0.383, 1.876]	.683		
	Stigma ^e	1.457	0.295	24.340	4.292 [2.406, 7.655]	.000		
Model 5	Leeftijd	-0.003	0.025	0.011	0.997 [0.950, 1.050]	.916	20.90 (7)	230
	Geslacht ^a	0.632	0.325	3.792	1.882 [0.996, 3.556]	.052		
	Ervaring cv-screening	0.059	0.127	0.216	1.061 [0.827, 1.362]	.642		
	Actor/Script 1 ^b	0.302	0.397	0.576	1.352 [0.621, 2.947]	.448		
	Actor/Script 2 ^b	0.449	0.399	1.268	1.567 [0.717, 3.425]	.260		
	Actor/Script 3 ^b	0.528	0.377	1.961	1.696 [0.810, 3.552]	.161		
	Stigma ^e	1.165	0.290	16.204	3.207 [1.818, 5.657]	.000		

a Geslacht: 0 = man, 1 = vrouw

b Actor/Script: partiële contrabalancering van de reeks video-cv's (met dummy-codering: Actor/Script 1; Actor/Script 2; Actor/Script 3)

c Stigma Model 2: 0 = geen stigma, 1 = stigma (wijnvlek en tattoo)

d Stigma Model 3: 0 = geen stigma, 1 = stigma (wijnvlek)

e Stigma Model 4: 0 = geen stigma, 1 = stigma (tattoo)

f Stigma Model 5: 0 = tattoo (controleerbaar), 1 = wijnvlek (niet controleerbaar)

7 Discussie

De laatste decennia leiden veranderingen op de arbeidsmarkt tot de zogenaamde ‘war for talent’ (‘oorlog om talent’; McDonnell, 2011) die werkgevers méér zou moeten openstellen voor diverse andere groepen sollicitanten dan de groepen sollicitanten die traditioneel geselecteerd worden. Organisaties zouden dus diverser moeten worden en de huidige, aantrekkende economie zou dit fenomeen zelfs nog moeten versterken. Maar paradoxaal genoeg hebben gekwalificeerde sollicitanten met een stigma het nog steeds moeilijker om aan een baan te komen dan even gekwalificeerde sollicitanten zonder stigma, zelfs in tijden van arbeidsmarkt-schaarste.

7.1 Bevindingen

In deze studie onderzochten we of visuele stigma’s leiden tot discriminatie bij de instroom en zo de kansen op diversiteit beperken. We bestudeerden deze vraag in de context van het video-cv, een relatief nieuwe tool die nog niet zo vaak onderzocht werd (Hiemstra & Deros, 2015). Visuele kenmerken worden meteen zichtbaar in video-cv’s en kunnen zo erg vroeg in een selectieprocedure tot discriminatie leiden op basis van categorisatieprocessen. In deze studie vonden we dat de kans op discriminatie groter was voor sollicitanten met een visueel stigma in vergelijking met sollicitanten zonder visueel stigma, maar dat dit effect lag aan het hebben van een tattoo. Een sollicitant met een zichtbare tattoo had beduidend minder kans om uitgenodigd te worden in vergelijking met even gekwalificeerde sollicitanten met een wijnvlek of sollicitanten zonder visueel stigma. Deze vaststelling bevestigt de mening van sommige juristen en HR-professionals dat video-cv’s kunnen leiden tot bias (Lefkowitz, 1994). Ook Waung, Hymes, Beatty en McAuslan (2015) stelden vast dat mannelijke recruiters vrouwelijke sollicitanten minder positief beoordeelden dan even gekwalificeerde mannen wanneer ze solliciteerden met een video-cv en hierbij ‘gender’ rol incongruente impressie-managementtactieken gebruikten (bijv. veel zelfpromotie vs. weinig zelfpromotie).

Verschillende sociaalpsychologische modellen over categorisatie en informatieverwerking (zoals indrukvorming en het duale procesdenken) helpen de bevindingen beter te begrijpen. Omdat de hoeveelheid gepersonaliseerde informatie die sollicitanten uitwisselen door middel van een video-cv relatief beperkt blijft (er is bijvoorbeeld geen mogelijkheid om al in dialoog te gaan met de sollicitant), zijn video-cv’s vatbaar voor categorisatie en diverse ‘Type 1-processen’ (of heuristieken), die dan weer gevoelig zijn voor stereotypering. Vooral een eerste, negatieve indruk over een sollicitant op basis van een stigma kan erg moeilijk om te buigen zijn en zo de kans op uitnodiging voor het selectiegesprek verkleinen. Uit onderzoek blijkt dat vooral negatieve informatie de aandacht trekt en dieper verwerkt wordt (Baumeister, Bratslavsky & Finkenauer, 2001). Wanneer de aandacht van beoordelaars naar stigma-gerelateerde informatie gaat, is de kans groot dat inhoudelijke, relevante informatie minder diepgaand verwerkt wordt (Buijsrogge et al., 2015). Hierdoor wordt ook de kans op categorisatie en discriminatie groter. Zoals verwacht is er een duidelijk verschil in discriminatie tussen tattoos en wijnvlekken. De mate van discriminatie kan afhankelijk zijn van het type stigma

(soort/plaats), de bijbehorende associaties en verwachtingspatronen over het toekomstige functioneren. Tattoos werden vroeger vrij negatief gepercipieerd en – meer dan wijnvlekken – geassocieerd met een specifieke groepslidmaatschap en/of deviant gedrag. Ook al worden tattoos tegenwoordig minder sterk geassocieerd met een specifiek groepslidmaatschap en/of sociale marginalisatie, toch hebben mensen nog steeds negatieve connotaties bij het zien van tattoos (bijv. Swami & Furnham, 2007). De mate van stigmatisering kan echter afhankelijk zijn van de plek waarop de tattoo werd aangebracht. In deze studie hebben we gekozen voor een neutrale tattoo (type 'tribal') in de hals-/gelaatstreek. De meest voor de hand liggende lichaamsplek waar tattoos/wijnvlekken zichtbaar zijn bij video-sollicitaties (en video-cv's in het bijzonder) is immers de hals-/gelaatstreek. Men zou kunnen beargumenteren dat individuen met een zichtbare tattoo in de hals of het gelaat een specifieke subgroep vormen binnen de grotere groep van mensen met een tattoo omdat de hals-/gelaatstreek een meer opvallende en extreme lichaamsplek is om een tattoo op aan te brengen. Op basis van de sociale identiteitstheorie kan men dan ook verwachten dat de oorspronkelijk negatieve stigmatisering van mensen met zichtbare tattoos vooral – of in veel sterkere mate – geldt voor deze meer extreme subgroep. De mate van discriminatie van sollicitanten met zichtbare (neutrale) tattoos kan dan ook sterker zijn wanneer de tattoos aangebracht zijn in de hals- of gelaatstreek dan wanneer de tattoos op een minder extreme, zichtbare lichaamsplek zijn aangebracht (zoals de handen). Bovendien kiezen mensen bewust voor een tattoo en de plek waar de tattoo is aangebracht. Dit is niet het geval voor een wijnvlek, die aangeboren is. Volgens de attributietheorie worden stigma's die aan interne, controleerbare factoren toegeschreven worden (zoals tattoos) negatiever beoordeeld dan stigma's die aan externe, oncontroleerbare factoren toegeschreven worden (zoals wijnvlekken; zie Weiner et al., 1988). Attributieprocessen kunnen dus verder verklaren waarom de kans op uitnodiging groter was voor sollicitanten met een wijnvlek dan voor sollicitanten met een tattoo en waarom de kans op uitnodiging even groot was voor sollicitanten met een wijnvlek als voor sollicitanten zonder een visueel stigma. Maar naast het type stigma moet men ook rekening houden met de kwalificaties van de sollicitant en de fit met de functie. Dovidio en Gaertner (2000) tonen dat etnische discriminatie het grootst is voor sollicitantprofielen die ambigu zijn (d.w.z. geen te sterke fit noch misfit vertonen met de functie). Zowel voor zeer laaggekwalificeerde als hooggekwalificeerde sollicitanten vonden ze minder discriminatie. In onze studie waren de kandidaten (target cv's) goed gekwalificeerd maar solliciteerden ze voor een 'front-office' positie met veel klantencontact. Het type functie kan het profiel van de sollicitanten met een visueel stigma meer ambigu gemaakt hebben en zo het negatieve effect van zichtbare tattoos versterkt hebben (Dean, 2010). Vervolgonderzoek kan nagaan of negatieve effecten van een visueel (zichtbaar) stigma zoals een tattoo minder groot zijn voor sollicitanten die een zeer sterk profiel/cv hebben dan voor sollicitanten die een meer ambigu of matig-sterk profiel hebben. Ook de fit met de functie dient men in ogenschouw te nemen. Een stigma voor een front-officefunctie kan ook daadwerkelijk tot lagere prestaties leiden wanneer klanten hier negatief op reageren. Het is daarom relevant om verder onderzoek te doen naar de mate waarin bevindingen ook van

toepassing zijn voor back-officefuncties of functies zonder klantcontact. In de volgende paragraaf bespreken we naast sterktes en studiebeperkingen nog andere suggesties voor toekomstig onderzoek.

7.2 Sterktes, beperkingen en toekomstig onderzoek

Deze studie draagt op verschillende manieren bij aan het huidige onderzoek naar eerlijkheid van personeelsselectie en diversiteit. *Ten eerste*, psychologen besteden doorgaans veel minder aandacht aan de eerlijkheid van *cv-screening* in vergelijking met de eerlijkheid van het selectie-interview en psychologische tests. Toch is *cv-screening* wereldwijd de eerste en meest gebruikte tool om sollicitanten te screenen en is deze bepalend voor de instroom van kandidaat-medewerkers en bijgevolg de kwaliteit en diversiteit aan medewerkers in organisaties (Deraus & Ryan, 2018b). Deze studie vult, *ten tweede*, de vooralsnog beperkte bevindingen over video-cv's aan, een relatief nieuw instrument dat gebruikt wordt in de praktijk maar waar weinig wetenschappelijk onderzoek naar plaatsvindt (zie Hiemstra et al., 2015, voor een overzicht omtrent eerlijkheid, en Apers, Wille & Derous, 2017, voor een voorbeeld in de context van validiteit). Studies die eerlijkheid in de *cv-screening* fase bestuderen, *tot slot*, bestuderen voornamelijk de prevalentie of hoeveelheid discriminatie en doen dit met betrekking tot één bepaald stigmatiserend kenmerk, zoals een etnisch klinkende naam (zie Zschirnt & Ruedin, 2016). Wij onderzochten en vergeleken effecten van tattoos en wijnvlekken op iemands kansen op een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek. Tattoos en wijnvlekken zijn twee visuele kenmerken die relatief *minder aandacht* krijgen in de literatuur over personeelsselectie in vergelijking met de talloze studies die onderzoek doen naar discriminatie op basis van etnische origine (bijv. Hiemstra et al., 2015; Zschirnt & Ruedin, 2016), leeftijd (bijv. Neumark, Burn & Button, 2016) en geslacht (bijv. Moss-Racusin, Dovidio, Brescoll, Graham & Handelsman, 2012). Hiermee hantieren we een meer inclusieve kijk op diversiteit waarbij meer en andere diversiteitskenmerken bestudeerd worden dan de 'Big 3' van diversiteit (Van Knippenberg et al., 2013).

Zoals bij elke studie zijn er een aantal studiebeperkingen en suggesties voor verder onderzoek. *Ten eerste*, de scenario-gebaseerde studie werd uitgevoerd in een bescheiden steekproef van HRM-studenten met beperkte ervaring als recruiter. Ook al was de power adequaat, veldexperimenteel onderzoek met echte HR-professionals, en – indien mogelijk – grotere steekproeven zou de ecologische validiteit ten goede komen. *Ten tweede*, enkel mannelijke sollicitanten met/zonder visueel stigma werden beoordeeld. Negatieve effecten van visuele stigma's kunnen afhankelijk zijn van andere statuskenmerken, zoals het geslacht van de sollicitant (Hawkes, Senn & Thorn, 2004; Swami & Furnham, 2007) en de beoordelaar (Galbarczyk & Ziomkiewicz, 2017; Wohlrab et al., 2009). Toekomstig onderzoek kan dit verder bekijken. *Ten derde*, de deelnemers hadden geen zichtbare tattoo/wijnvlek of andere opvallende visuele stigma's (bijv. extreme acne), zoals vastgesteld door de onderzoekers/begeleiders tijdens de HRM-business game. Maar omdat niet direct gevraagd is naar onzichtbare tattoos en/of wijnvlekken, zou het similariteit-attractiviteitprincipe een rol gespeeld kunnen hebben. Enerzijds, kan men op basis van het similariteit-attractiviteitprincipe verwachten dat deelne-

mers meer openstaan voor personen die op henzelf lijken. Anderzijds vond Dean (2010) geen bewijs voor similariteit-attractiviteit vanuit het perspectief van de klant. Misschien spelen andere persoonskenmerken – zoals de mate van openheid, creativiteit, vertrouwdeheid met visuele stigma's (bijv. via kennissen, familieleden) – een grotere rol dan het al dan niet zelf hebben van een tattoo of wijnvlek. Zo kan de beoordeling ook afhankelijk zijn van de mate waarin recruiters/werkgevers vooroordelen hebben ten aanzien van sollicitanten met een (zichtbaar) stigma. Toekomstig onderzoek kan hier rekening mee houden door te peilen naar (explíciete/impliciete) vooroordelen en attitudes bij beoordelaars.

Ten vierde, ook de wijze waarop cv's worden aangeboden (sequentieel vs. parallel) is belangrijk omdat zo bepaalde heuristieken (zoals de attribuu-substitutieheuristiek) geactiveerd kunnen worden die tot bias/discriminatie kunnen leiden. Als individuele recruiters eerst alle video-cv's naast elkaar leggen en pas dan beoordelen ('parallel'), kan rekening worden gehouden met de meer complexe vraag: 'Is deze sollicitant de beste kandidaat voor deze functie?' Als recruiters alle video-cv's sequentieel bekijken en beoordelen (bijv. in volgorde van aanbieding), dan is de kans groter dat de complexe vraag gereduceerd wordt tot de meer eenvoudige vraag: 'Is deze sollicitant geschikt voor deze functie?' In realiteit komen beide manieren van cv-screening voor. In onze studie is gekozen voor de middenweg: De deelnemers kregen vooraf een lijst met negen video-cv's, waardoor ze zich reeds een algemeen beeld over alle sollicitanten konden vormen (parallel). Nadien kregen ze een shortlist waarbij ze de cv's beoordeelden (sequentieel). De kans op discriminatie was daardoor mogelijk kleiner dan wanneer de deelnemers de lijst met negen video-cv's vooraf niet gezien zouden hebben. Toekomstig onderzoek kan zich toeleggen op de potentieel differentiële effecten van de aanbestedingswijze van cv's op beoordelingen.

Ten vijfde, alle deelnemers dienden aan te geven of men de sollicitant zou uitnodigen of niet (dit is een dichotome uitkomstvariabele). Wanneer een shortlist van sollicitanten gegeven wordt, weerspiegelt een dichotome uitkomstvariabele beter de realiteit van het selecteren ('select-in' vs. 'select-out') dan een meer continue uitkomstvariabele (zoals 'mate van baangeschiktheid'). Op een gegeven moment moet men immers een beslissing nemen over uitnodiging of niet. De wijze waarop deze beoordeling tot stand is gekomen (bijv. door een afweging te maken van de mate van baangeschiktheid), werd niet gemeten in deze studie. Toekomstig onderzoek kan ook de rol van procesvariabelen bij de beoordeling van cv's bestuderen. *Verder* werd in deze studie gekeken naar één bepaalde functie (commercieel verantwoordelijke) in één bepaalde sector (GSM-operatoren). Onderzoek kan nagaan in welke mate de bevindingen generaliseerbaar zijn qua functie/sector. In deze studie werd ook de rol van de afdelings- of organisatiecultuur buiten beschouwing gelaten. Volgens Gelfand, Nishii en Raver (2006) zou men in een afdelings- en/of organisatiecultuur die meer 'tight' is, vooral rekruteren en selecteren in functie van de mate waarin (potentieel) nieuwe medewerkers passen in de heersende afdelings- of organisatiecultuur. In dit soort afdelingen en organisaties zou men dus negatiever kunnen staan ten aanzien van personen die afwijken van de heersende waarden en normen dan in organisatieculturen die toleranter zijn voor andere gewoonten, opvattingen en gebruiken. Organisaties waarin uniciteit en

creativiteit gewaardeerd worden (bijv. in de creatieve sector) en/of bedrijven die openstaan voor diversiteit (zoals gesuggereerd door de topman van de VDAB), kunnen positiever staan ten aanzien van personen met een (zichtbare) tatoeage dan bedrijven waarin dit niet het geval is. Toekomstig onderzoek zou zich daarom kunnen richten op het effect van contextfactoren, zoals type job, sector, afdelings- en organisatiekenmerken (bijv. 'loose' vs. 'tight'; openheid voor diversiteit) (zie Van Knippenberg et al., 2013).

Tot slot leren sociaalpsychologische denkkaders ons begrijpen waarom sollicitanten met tattoos/wijnvlekken lagere beoordelingen krijgen dan sollicitanten zonder tattoos/wijnvlekken. Onze studie is – het theoretische denkkader ten spijt – vooral descriptief in plaats van verklarend van aard. De onderliggende sociaalpsychologische mechanismen zouden op een meer directe manier onderzocht kunnen worden (Buijsrogge et al., 2015; Madera & Hebl, 2012). Zo kan toekomstig onderzoek via registratie van oogbewegingen en geheugentaken nagaan waar beoordelaars naar kijken, wanneer ze dat doen, wat ze hier precies van onthouden en hoe onze aandachtsprocessen (bewust/onbewust) leiden tot beoordelingen en beslissingen over sollicitanten (zie Buijsrogge et al., 2015, voor voorbeelden).

7.3 Praktische implicaties

Recent kopte de Belgische krant *De Standaard*: 'Curriculum vitae wijkt voor curriculum video'. Videosollicitaties zitten ook in de lage landen in de lift. 'In een video kan je meteen tonen wie je bent en wat voor persoonlijkheid je hebt, dat is op papier veel moeilijker', zegt een woordvoester van de Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling in datzelfde artikel. 'Want op de video's kunnen ze meteen zien hoe kandidaten zich uitdrukken, of ze (klant)vriendelijk zijn en of ze de juiste drive hebben', verduidelijkt een HR-officer van een bedrijf verder (De Standaard, 2018). Of dit allemaal vanuit wetenschappelijk standpunt klopt, valt nog te betwijfelen (zie bijv. Apers & Deros, 2017; Hiemstra & Deros, 2015).

Video-cv's hebben zeker voordelen maar weinigen staan stil bij de potentiële nadelen voor sollicitanten. In onze westerse maatschappij heeft een redelijk aantal mensen een visueel stigma dat meteen zichtbaar wordt voor recruiters als ze zouden solliciteren met een video-cv. Deze studie toont dat gekwalificeerde sollicitanten met een zelfgekozen visueel stigma zoals een tattoo, die solliciteren met een video-cv, minder kansen hebben op een sollicitatiegesprek dan even gekwalificeerde sollicitanten zonder visueel stigma of met een aangeboren visueel stigma, zoals een wijnvlek.

Wat kunnen we hieraan doen? Een eerste praktische suggestie voor sollicitanten is om na te gaan of er een 'dresscode' is in de organisatie waarbij men solliciteert. Sollicitanten kunnen via 'word-of-mouth' of via medewerkers proberen te achterhalen of men openstaat voor, bijvoorbeeld, zichtbare tattoos (peilen naar de organisatiecultuur). Een andere suggestie is om na te gaan of de aard van de functie het dragen van een zichtbare tattoo toelaat. Soms kan discriminatie op grond van een beschermd kenmerk (wettelijk) wel gerechtvaardigd zijn (art. 8, § 1 Antidiscriminatiewet; zie hierna).

Ook bedrijven kunnen gesensibiliseerd worden om meer werk te maken van diversiteit door rekening te houden met de potentiële (en op korte termijn misschien

niet direct zichtbaar) discriminerende impact van selectieprocedures en effecten op diversiteit (Derous & Ryan, 2018). Omdat een beeld meer zegt dan 1000 woorden, zijn klassieke cv's (zonder foto) wellicht toch te prefereren boven video-cv's wanneer een sollicitant een visueel stigma heeft. Zo toonden Buijsrogge et al. (2015) aan dat er minder discriminatie is ten aanzien van een sollicitant met een wijnvlek wanneer het eerste deel van het sollicitatiegesprek (de kennismaking) 'blind' gebeurt. Werkgevers kunnen hiermee rekening houden en sollicitanten reeds bij de cv-screeningfase laten aanvinken of er een reden is dat ze via papieren of video-cv's wensen te solliciteren. Het implementeren van diversiteitsprogramma's en trainen van personeel (bijv. recruiters) zijn uiteraard nog andere, welbekende preventieve maatregelen die genomen kunnen worden in organisaties (Hiemstra, Derous & Born, 2017).

Men zou – tot slot – HR-medewerkers en recruiters ook kunnen wijzen op de anti-discriminatieverdragen en -wetgeving om discriminatie bij personeelsselectie een halt toe te roepen. Opvallend: het gedragswetenschappelijke perspectief op discriminatie loopt niet altijd synchroon met het juridische perspectief. Volgens gedragswetenschappelijke definities (bijv. National Research Council, 2004) is er sprake van discriminatie indien men een differentiële behandeling van sollicitanten op basis van persoonskenmerken vaststelt die niet functierelevant zijn en dit tot negatieve gevolgen leidt voor de personen die gediscrimineerd werden. In veel werkomstandigheden zijn (zichtbare) lichaamsverfraaiingen niet functierelevant en ook niet hinderlijk, onveilig of onhygiënisch. Lichaamsverfraaiingen worden door de Amerikaanse wetgever niet beschermd (vallen niet onder de Equality Act 2010), waardoor sollicitanten met een (zichtbare) tattoo geen wettelijke bescherming genieten en enkel kunnen hopen op een mate van openheid en 'goodwill' (Elzweig & Peeples, 2011).

De wetgeving in Europa is minder duidelijk dan de Amerikaanse wetgeving. Zo kan discriminatie op basis van een wijnvlek in België aangevochten worden op grond van de zogenaamde residuaire Antidiscriminatiewet. Artikel 3 van deze wet verbiedt immers discriminatie op grond van een 'fysieke eigenschap'. Maar tattoos vallen hier in strikte zin niet onder en personen met tattoos worden evenmin beschermd vanuit wettelijk standpunt, tenzij ze een uiting zijn van een bepaald groepslidmaatschap, geloofs- of andere overtuiging. Kortom, het begrip 'fysieke eigenschap' uit Artikel 3 neemt lichaamsverfraaiingen als tattoos (maar ook piercings, specifieke kapsels, enz.) niet meteen op, al is dit vatbaar voor interpretatie (persoonlijke communicatie met prof. Patrick Humblet op 23-1-2018). Zo gaf de arbeidsrechtbank van Antwerpen in een arrest aan dat kaalhoofdigheid en het hebben van een zichtbare tattoo geen objectieve redenen waren voor het weigeren van een sollicitant voor de functie van buurttoezichter en werd de selecteur hiervoor veroordeeld tot het betalen van een schadevergoeding (Humblet, 2004). Omwille van de 'war for talent' en toenemende populariteit van tattoos, pleiten meer en meer juristen ervoor om tattoos en ook andere typen lichaamsverfraaiingen (zoals piercings) expliciet op te nemen in anti-discriminatiewetgeving (bijv. Calvasina & Calvasina, 2017).

7.4 Conclusie

Faire selectieprocedures zijn een 'sine qua non' om een divers personeelsbestand uit te bouwen. Deze studiebevindingen tonen dat nieuwe selectie-instrumenten zoals video-cv's kunnen leiden tot discriminatie van gekwalificeerde sollicitanten met een visueel stigma. Zelfs in tijden van arbeidsmarktschaarste blijven visuele stigma's taboe, al is dit op basis van deze studiebevindingen vooral het geval voor zichtbare tattoos en niet voor een zichtbare wijnvlek. Meer (wetenschappelijk) onderzoek naar de waarde en eerlijkheid van nieuwe selectietools, zoals video-cv's, voor het realiseren van diversiteit blijft broodnodig.

Praktijkbox

Wat betekenen de resultaten voor de praktijk?

- Het realiseren van diversiteit in organisaties start met de instroom en het implementeren van selectieprocedures die vrij zijn van discriminatie.
- In vergelijking met de studies naar discriminatie bij psychologische tests (zoals cognitieve vaardigheidentests) is er relatief weinig onderzoek naar discriminatie in de cv-screeningfase, zeker als het gaat over relatief nieuwe vormen van cv-screening zoals video-cv's, die zowel functierelevante als niet-functierelevante kenmerken al erg vroeg in de selectieprocedure zichtbaar maken.
- Visuele stigma's zijn nog steeds taboe, maar dit effect is afhankelijk van het type stigma: Sollicitanten met een zichtbare tattoo in de hals-/gelaatsstreek (een zelf gekozen visueel stigma) maken op basis van een video-cv minder kans om uitgenodigd te worden voor een vervolgesprek dan even gekwalificeerde sollicitanten met een wijnvlek in de hals/gelaatsstreek (een aangeboren visueel stigma) en dan sollicitanten zonder visuele stigma's.
- Het gedragswetenschappelijke en het juridische perspectief leiden soms tot andere conclusies over discriminatie bij personeelsselectie. Wetenschappelijk onderzoek naar de waarde en eerlijkheid van nieuwe selectietools blijft broodnodig.

Noten

- 1 Discriminatie bij personeelsselectie kan vanuit verschillende perspectieven bestudeerd worden: ethisch/filosofisch, juridisch, economisch, gedragswetenschappelijk/sociaalpsychologisch. In deze studie staat het laatste perspectief centraal.
- 2 Onder de Europese/nationale/regionale antidiscriminatiewetgeving (bijv. Verdrag van de Europese Gemeenschap, Antidiscriminatiewet 2007, Vlaamse Gelijkheidsdecreet 2008) vallen heel wat meer discriminatiegronden dan de 'Big 3' van (demografische) diversiteit. Andere discriminatiegronden zijn:

- taal, religie, politieke of andere meningen, nationale of maatschappelijke afkomst, seksuele geaardheid, fysieke/mentale beperkingen, enzovoort.
- 3 Omdat we enkel geïnteresseerd waren in tattoos/wijnvlekken en niet in het geslacht en de etnische/nationale origine van de (fictieve) sollicitanten, werden deze laatste twee 'diffuse statuskarakteristieken' constant gehouden.
 - 4 Screenshots van sollicitanten zonder visueel stigma, met wijnvlek en met tattoo kunnen op verzoek verkregen worden van de eerste auteur.
 - 5 Extra analyses waarbij niet gecontroleerd werd voor beoordelaarskenmerken, laten geen verschillen in effecten van visuele stigma's zien ten aanzien van de analyses waarbij wel gecontroleerd werd voor beoordelaarskenmerken. Ook zonder het opnemen van de beoordelaarskenmerken (als controlevariabelen) hebben sollicitanten met een visueel stigma (tattoo-conditie en wijnvlek-conditie samen bekeken) minder kans om uitgenodigd te worden op basis van een video-cv dan sollicitanten zonder stigma (controleconditie), $\chi^2(1) = 12.20, p = .00$ (Model 2). Verder hebben sollicitanten met een wijnvlek niet minder kans om uitgenodigd te worden dan sollicitanten zonder een visueel stigma, $\chi^2(1) = 1.24, p = .27$ (Model 3), terwijl sollicitanten met een tattoo wel minder kans hebben om uitgenodigd te worden dan sollicitanten zonder stigma, $\chi^2(1) = 24.37, p = .00$ (Model 4) en dan sollicitanten met een wijnvlek, $\chi^2(1) = 14.79, p = .00$ (Model 5).

Literatuur

- Antoszewski, B., Sitek, A., Fijałkowska, M., Kasielska, A., & Kruk-Jeromin, J. (2010). Tattooing and body piercing – What motivates you to do it? *International Journal of Social Psychiatry, 56*, 471-479. doi:10.1177/0020764009106253
- Apers, C., & Deros, E. (2017). Are they accurate? Recruiters' personality judgments in paper versus video resumes. *Computers in Human Behavior, 73*, 9-19. doi:10.1016/j.chb.2017.02.063
- Apers, C., Wille, L., & Deros, E. (2017). Persoonlijkheidsoordelen op basis van het video-cv: (G)een goed idee? *Gedrag & Organisatie, 30*, 52-81.
- Aslam, A., & Owen, C.M. (2013). Fashions change but tattoos are forever: Time to regret. *British Journal of Dermatology, 169*, 1364-1366. doi:10.1111/bjd.12489
- Baumann, C., Timming, A.R., & Gollan, P.J. (2016). Taboo tattoos? A study of the gendered effects of body art on consumers' attitudes toward visibly tattooed front line staff. *Journal of Retailing and Consumer Services, 29*, 31-39. doi:10.1016/j.jretconser.2015.11.005
- Baumeister, R., Bratslavsky, E., & Finkenauer, C. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology, 5*, 323-370.
- Bekhor, P.S., Bekhor, L., & Gandrabur, M. (1995). Employer attitudes toward persons with visible tattoos. *Australasian Journal of Dermatology, 36*, 75-77. doi:10.1111/j.1440-0960.1995.tb00936.x
- Berger, J., Cohen, B.P., & Zelditch, M.J. (1972). Status characteristics and social interaction. *American Sociological Review, 37*, 241-255.
- Brewer, M.B. (1999). The psychology of prejudice: Ingroup love or outgroup hate? *Journal of Social Issues, 55*, 429-444. doi:10.1111/0022-4537.00126

- Buijsrogge, A., Deros, E., & Duyck, W. (2016). Often biased but rarely in doubt: How initial reactions to stigmatized applicants affect interviewer confidence. *Human Performance*, 29, 275-290. doi:10.1080/08959285.2016.1165225
- Buijsrogge, A., Duyck, W., & Deros, E. (2015). Interviewbias bij sollicitanten met een stigma. *Gedrag & Organisatie*, 28, 315-336.
- Bull, R., & Stevens, J. (1981). The effects of facial disfigurement on helping behavior. *Italian Journal of Psychology*, 111, 25-33.
- Bunderson, J.S. (2003). Recognizing and utilizing expertise in work groups: A status characteristics perspective. *Administrative Science Quarterly*, 48, 557-591.
- Byrne, D. (1961). Interpersonal attraction and attitude similarity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62, 713-715. doi:10.1037/h0044721
- Calvasina, G.E., & Calvasina, R.V. (2017). Employer appearance and grooming standards: Legal, policy, & practice issues involving tattoos and body piercings. *ASBBS Proceedings*, 24, 136-142. Gedownload op 1 februari 2018 van <https://search.proquest.com/docview/1910473145?accountid=11077>
- Colella, A., & Stone, D.L. (2005). Workplace discrimination towards people with disabilities: A call for some new research directions. In R.L. Dipboye & A. Colella (Eds.), *Discrimination at work: The psychological and organizational bases* (pp. 227-254). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Crocker, J., Major, B., & Steele, C. (2008). Social stigma. In D.T. Gilbert & S. T. Fiske (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 504-553). Boston, MA: McGraw-Hill.
- De Standaard. (2018). Curriculum vitae wijkt voor curriculum video. Gedownload op 30 januari 2018 van www.standaard.be/cnt/dmf20180129_03328688
- Dean, D.H. (2010). Consumer perceptions of visible tattoos on service personnel. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20, 294-308. doi:10.1108/09604521011041998
- Dean, D.H. (2011). Young adult perception of visible tattoos on a white-collar service provider. *Young Consumers*, 12, 254-264. doi:10.1108/17473611111163304
- Deros, E., Buijsrogge, A., Roulin, N., & Duyck, W. (2016). Why your stigma isn't hired: A dual-process framework of interview bias. *Human Resource Management Review*, 26, 90-111. doi:10.1016/j.hrmr.2015.09.006
- Deros, E., & Ryan, A.M. (2018a). By any other name: Discrimination in resume screening. In U. Klehe & E.A.J. van Hooft (Eds.), *The Oxford handbook of job loss and job search* (pp. 501-522). Oxford: Oxford University Press. doi:10.1093/oxford-hb/9780199764921.013.017
- Deros, E., & Ryan, A.M. (2018b). *When your resume is (not) turning you down: Modelling ethnic bias in resume-screening*. Manuscript submitted for publication.
- Dertien. (2013). *Personeel tatoeages*. Gedownload op 23 januari 2018 van <http://dertien.vlaanderen.be/nlapps/docs/default.asp?id=1627>
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290. doi:10.1037/h0033731
- Dovidio, J.F., & Gaertner, S.L. (2000). Aversive racism and selection decisions: 1989 and 1999. *Psychological Science*, 11, 315-319. doi:10.1111/1467-9280.00262
- Eagly, A.H., Ashmore, R.D., Makhijani, M.G., & Longo, L.C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, 109-128. doi:10.1037/0033-2909.110.1.109
- Elzweig, B., & Peeples, D.K. (2011). Tattoos and piercings: Issues of body modification and the workplaces. *Advanced Management Journal*, 76, 13-23. Gedownload op 23 januari 2018 van <https://search.proquest.com/docview/871452761?accountid=11077>

- Evans, J.S.B.T. (2008). Dual-Processing accounts of reasoning, judgment, and social cognition. *Annual Review of Psychology*, 59, 255-278. doi:10.1146/annurev-psych.59.103006.093629
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111, 304-341. doi:10.1037/0033-2909.111.2.304
- Fiske, S.T., Lin, M., & Neuberg, S. (1999). The continuum model, ten years later. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 231-254). New York: Guilford Press.
- Galbarczyk, A., & Ziomkiewicz, A. (2017). Tattooed men: Healthy bad boys and good-looking competitors. *Personality and Individual Differences*, 106, 122-125. doi:10.1016/j.paid.2016.10.051
- Gelfand, M.J., Nishii, L.H., & Raver, J.L. (2006). On the nature and importance of cultural tightness-looseness. *Journal of Applied Psychology*, 91, 1225-1244. doi:10.1037/0021-9010.91.6.1225
- Goffman, E. (1963). *Stigma*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Harrison, D.A., & Klein, K.J. (2007). What's the difference? Diversity constructs as separation, variety, or disparity in organizations. *Academy of Management Review*, 32, 1199-1228. doi:10.5465/AMR.2007.26586096
- Hawkes, D., Senn, C.Y., & Thorn, C. (2004). Factors that influence attitudes toward women with tattoos. *Sex Roles*, 50, 593-604. doi:10.1023/B:SERS.0000027564.83353.06
- Hiemstra, A.M.F., & Derous, E. (2015). Video résumés portrayed: Findings and challenges. In I. Nikolaou & J.K. Oostrom (Eds.), *Employee recruitment, selection, and assessment: Contemporary issues for theory and practice* (pp. 44-60). Hove, East-Sussex, UK: Psychological Press.
- Hiemstra, A.M.F., Derous, E., & Born, M.P. (2015). Eerlijkheid van selectie op basis van papieren en video-cv's. *Gedrag & Organisatie*, 28, 265-281.
- Hiemstra, A.M.F., Derous, E., & Born, M.P. (2017). Psychological predictors of cultural diversity support at work. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 23, 312-322. doi:10.1037/cdp0000141
- Hosoda, M., Stone-Romero, E.F., & Coats, G. (2003). The effects of physical attractiveness on job-related outcomes: A meta-analysis of experimental studies. *Personnel Psychology*, 56, 431-462. doi:10.1111/j.1744-6570.2003.tb00157.x
- Houston, V., & Bull, R. (1994). Do people avoid sitting next to someone who is facially disfigured? *European Journal of Social Psychology*, 24, 279-284. doi:10.1002/ejsp.2420240205
- Humblet, P. (2004). Kaal hoofd en tattoo: Geen objectieve redenen voor weigeren functie. *De Juristenkrant*, pp. 1-1. Gedownload op 23 januari 2018 van <http://biblio.ugent.be/publication/1168868/file/6748753>
- Jones, E., Farina, A., Hastorf, A., Markus, H., Miller, D.T., & Scott, R. (1984). *Social stigma: The psychology of marked relationships*. New York: Freeman.
- Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *American Psychologist*, 58, 697-720. doi:10.1037/0003-066X.58.9.697
- Klasse. (2011). Juf, er heeft iemand in je nek getekend. *Klasse: Maandblad Voor Onderwijs in Vlaanderen*, 215, 22-23. Gedownload op 23 januari 2018 van https://issuu.com/klasse.be/docs/kvl_215
- Langlois, J.H., Kalakanis, L., Rubenstein, A.J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126, 390-423. doi:10.1037/0033-2909.126.3.390
- Lefkowitz, J. (1994). Race as a factor in job placement: Serendipitous findings of 'ethnic drift'. *Personnel Psychology*, 47, 497. doi: 10.1111/j.1744-6570.1994.tb01734.x

- Lievens, F., & Harris, M.M. (2003). Research on internet recruitment and selection: Current status and future directions. In C.L. Cooper & I.T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology* (pp. 131-165). Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Lorenzo, G.L., Biesanz, J.C., & Human, L.J. (2010). What is beautiful is good and more accurately understood. *Psychological Science*, 21, 1777-1782. doi:10.1177/0956797610388048
- Madera, J.M., & Hebl, M.R. (2012). Discrimination against facially stigmatized applicants in interviews: An eye-tracking and face-to-face investigation. *Journal of Applied Psychology*, 97, 317-330. doi:10.1037/a0025799
- Major, B., & Eliezer, D. (2010). Attributions to discrimination as a self-protective strategy: Evaluating the evidence. In C. Sedikides & M. Alicke (Eds.), *Handbook of self-enhancement and self-protection* (pp. 320-337). New York: Guilford Press.
- Major, B., & O'Brien, L.T. (2005). The social psychology of stigma. *Annual Review of Psychology*, 56, 393-421. doi:10.2307/3089335
- McDonnell, A. (2011). Still fighting the 'War for Talent'? Bridging the science versus practice gap. *Journal of Business and Psychology*, 26, 169-173. doi:10.1007/s10869-011-9220-y
- McElroy, J.C., Summers, J.K., & Moore, K. (2014). The effect of facial piercing on perceptions of job applicants. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 125, 26-38. doi:10.1016/j.obhdp.2014.05.003
- Moss-Racusin, C.A., Dovidio, J.F., Brescoll, V.L., Graham, M.J., & Handelsman, J. (2012). Science faculty's subtle gender biases favor male students. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109, 16474-16479. doi:10.1073/pnas.1211286109
- National Research Council. (2004). *Measuring racial discrimination*. Washington, DC: The National Academies Press.
- Neumark, D., Burn, I., & Button, P. (2016). Experimental age discrimination evidence and the Heckman critique. *American Economic Review*, 106, 303-308. doi:10.1257/aer.p20161008
- Oostrom, J.K., & Born, M.P. (2013). De cognitieve interviewmethode. *Gedrag & Organisatie*, 26, 205-222.
- Ouzz, J.L. (2010). *Adverse impact: Implications for organizational staffing and high stakes selection*. New York: Routledge.
- Pinto, R. (2016). Visible tattoos: Time to relax policies on employee appearance? Gedownload op 23 januari 2018 van www.personneltoday.com/hr/visible-tattoos-time-to-relax-policies-on-employee-appearance/
- Roberts, D.J. (2012). Secret ink: Tattoo's place in contemporary American culture. *The Journal of American Culture*, 35, 153-165. doi:10.1111/j.1542-734X.2012.00804.x
- Roberts, T.A., & Ryan, S.A. (2002). Tattooing and high-risk behavior in adolescents. *Pediatrics*, 110, 1058-1063. doi:10.1542/peds.110.6.1058
- Rumsey, N., Bull, R., & Gahagan, D. (1982). The effect of facial disfigurement on the proxemic behavior of the general public. *Journal of Applied Social Psychology*, 12, 137-150. doi:10.1111/j.1559-1816.1982.tb00855.x
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40, 437-453. doi:10.1111/j.1744-6570.1987.tb00609.x
- Schneider, B., Smith, D.B., Taylor, S., & Fleenor, J. (1998). Personality and organizations: A test of the homogeneity of personality hypothesis. *Journal of Applied Psychology*, 83, 462-470. doi:10.1037/0021-9010.83.3.462
- Solomon, M. (2014). Starbucks to allow tattoos, piercings: Wise or risky customer service, HR move? Gedownload op 23 januari 2018 van www.forbes.com/sites/michasolomon/2014/10/17/starbucks-employees-to-show-us-their-tats-how-this-improves-customer-service-and-even-hr/#56381e20e03

- Stevenage, S.V., & McKay, Y. (1999). Model applicants: The effect of facial appearance on recruitment decisions. *British Journal of Psychology*, 90, 221-234. doi:10.1348/000712699161369
- Swami, V. (2011). Marked for life? A prospective study of tattoos on appearance anxiety and dissatisfaction, perceptions of uniqueness, and self-esteem. *Body Image*, 8, 237-244. doi:10.1016/j.bodyim.2011.04.005
- Swami, V., & Furnham, A. (2007). Unattractive, promiscuous and heavy drinkers: Perceptions of women with tattoos. *Body Image*, 4, 343-352. doi:10.1016/j.bodyim.2007.06.005
- Swanger, N. (2006). Visible body modification (VBM): Evidence from human resource managers and recruiters and the effects on employment. *International Journal of Hospitality Management*, 25, 154-158. doi:10.1016/j.ijhm.2004.12.004
- Tajfel, H., & Turner, J.C. (2004). The social identity of intergroup behavior. In J.T. Jost & J. Sidanius (Eds.), *Key readings in social psychology* (pp. 276-293). New York: Psychology Press.
- Tate, J.C., & Shelton, B.L. (2008). Personality correlates of tattooing and body piercing in a college sample: The kids are alright. *Personality and Individual Differences*, 45, 281-285. doi:10.1016/j.paid.2008.04.011
- Tews, M.J., Stafford, K., & Zhu, J. (2009). Beauty revisited: The impact of attractiveness, ability, and personality in the assessment of employment suitability. *International Journal of Selection and Assessment*, 17, 92-100. doi:10.1111/j.1468-2389.2009.00454.x
- Thompson, A., & Kent, G. (2001). Adjusting to disfigurement: Processes involved in dealing with being visibly different. *Clinical Psychology Review*, 21, 663-682. doi:10.1016/S0272-7358(00)00056-8
- Tiggemann, M., & Hopkins, L.A. (2011). Tattoos and piercings: Bodily expressions of uniqueness? *Body Image*, 8, 245-250. doi:10.1016/j.bodyim.2011.03.007
- Timing, A.R. (2015). Visible tattoos in the service sector: A new challenge to recruitment and selection. *Work, Employment and Society*, 29, 60-78. doi:10.1177/0950017014528402
- Timing, A.R., Nickson, D., Re, D., & Perrett, D. (2017). What do you think of my ink? Assessing the effects of body art on employment chances. *Human Resource Management*, 56, 133-149. doi:10.1002/hrm.21770
- Towler, A.J., & Schneider, D.J. (2005). Distinctions among stigmatized groups. *Journal of Applied Social Psychology*, 35, 1-14. doi:10.1111/j.1559-1816.2005.tb02090.x
- Turban, D.B., Lau, C.-M., Ngo, H.-Y., Chow, I.H.S., & Si, S.X. (2001). Organizational attractiveness of firms in the People's Republic of China: A person-organization fit perspective. *Journal of Applied Psychology*, 86, 194-206. doi:10.1037//0021-9010.86.2.194
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131. doi:10.1126/science.185.4157.1124
- Valente, S.M. (2004). Visual disfigurement and depression. *Plastic Surgical Nursing*, 24, 140-146.
- Van der Vleuten, C.J.M., & Verhoeven, B.H. (2015). Vaatafwijkingen bij de neonaat, hemangiomen en vasculaire malformaties. *Nederlands Tijdschrift Voor Dermatologie en Venerologie*, 25, 90-94.
- Van Knippenberg, D., Homan, A.C., & Van Ginkel, W.P. (2013). Diversity cognition and climates. In Q.M. Roberson (Ed.), *The Oxford handbook of diversity and work* (pp. 220-238). New York: Oxford University Press.
- Waung, M., Hymes, R., Beatty, J.E., & McAuslan, P. (2015). Self-promotion statements in video resumes: Frequency, intensity, and gender effects on job applicant evaluation. *International Journal of Selection and Assessment*, 23, 345-360. doi:10.1111/ijsa.12119

- Weiner, B., Perry, R.P., & Magnusson, J. (1988). An attributional analysis of reactions to stigmas. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 738-748. doi:10.1037/0022-3514.55.5.738
- Wohlrab, S., Fink, B., Kappeler, P.M., & Brewer, G. (2009). Differences in personality attributions toward tattooed and nontattooed virtual human characters. *Journal of Individual Differences*, 30, 1-5. doi:10.1027/1614-0001.30.1.1
- Wohlrab, S., Stahl, J., Rammsayer, T., & Kappeler, P.M. (2007). Differences in personality characteristics between body-modified and non-modified individuals: Associations with individual personality traits and their possible evolutionary implications. *European Journal of Personality*, 21, 931-951. doi:10.1002/per.642
- Zschirnt, E., & Ruedin, D. (2016). Ethnic discrimination in hiring decisions: A meta-analysis of correspondence tests 1990-2015. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 42, 1-19. doi:10.1080/133693183X.20105.11303279

Does an image say more than 1000 words? An experimental study on the effects of visual stigmas on video resume reviews

E. Deros, A. Buijsrogge & A.M.F. Hiemstra, Gedrag & Organisatie, volume 31, September 2018, nr. 3, pp. 189-216

The realization of diversity in organizations starts with the inflow of applicants and the implementation of selection procedures that are bias free. This study investigated whether video resumes are susceptible to hiring discrimination. Inspired by social-psychological models on categorisation and information processing, we examined whether visible stigmas led to discrimination of (equally) qualified applicants and whether this was more pronounced for applicants with a self-inflicted stigma (i.e., a tattoo) than with a congenital stigma (i.e., a port-wine stain). An experimental study among 115 HRM students who participated in an HRM business game showed that, based on the screening of a video resume, the chances that an applicant with a visible tattoo would be invited for a job interview was 4.29 times lower than for an equally suitable candidate without a visual stigma, and 3.21 times lower for an applicant with a visible tattoo than for an equally suitable candidate with a visible port-wine stain. There were no differences in the likelihood of an applicant with a port-wine stain being invited compared to an applicant without any visual stigma. Employers and legislators may need to protect applicants with inherent visible stigmata (like port-wine stains) as well as those with self-inflicted visible stigmata (like tattoos) from hiring discrimination.

Key words: recruitment, video resumes, visual stigma, tattoo, port-wine stain, fairness, hiring discrimination