



INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

***Diskriminering av arbetssökande från minoritetsgrupper:
Betydelsen av företagspolicy och bedömningar av social
kompetens***

Juliana Bosco

Linnea Sandberg Fridh

Kandidatuppsats vt 2008

Handledare: Fredrik Björklund

Martin Bäckström

Abstrakt

Företagspolicy påverkar rekryterarens val av nya medarbetare. Detta undersöktes i en experimentell studie där 120 studenter vid Lunds universitet deltog. Hälften fick ta del av en platsannons som var antingen rättviseinriktad eller lojalitetsinriktad. Därefter fick de skatta värme- respektive kompetensfrågors lämplighet för en intervjusituation i förhållande till tjänsten. Sista steget i enkäten innehöll tre fiktiva cv:n som varierade kompetens i relation med utländskt/ svenskt namn. Vår hypotes var att de som fick läsa lojalitetsannonsen skulle fokusera mer på värmefrågor och social kompetens, och därmed skatta svenska kandidater högre än sökande med utländskt ursprung. Det visade sig att hypotesen inte fick stöd, men när faktorn kön las till fick vi signifikanta resultat bland manliga deltagare $p=0,016$. Tidigare studier har visat tydliga samband mellan att föredra värmefrågor före kompetensfrågor vid social bedömning och även hur ledningens betoning på homogenitet bidrar till uppkomsten av modern rasism (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002; Petersen, & Dietz, 2005).

Vi vill tacka våra handledare Fredrik Björklund och Martin Bäckström för deras stöd, kunskap och optimism under hela uppsatsprocessen. Ett stort tack till er!

Diskriminering av arbetssökande från minoritetsgrupper:

Betydelsen av företagspolicy och bedömningar av social kompetens

Diskriminering vid rekrytering är ett fenomen som har väckt stor uppmärksamhet bland forskare inom områden som socialpsykologi och Human Resources Management. Som rekryterare kan man begå allvarliga misstag utan att tänka på det, från att göra en felaktig bedömning av ett cv till att ställa ovidkommande frågor vid en anställningsintervju.

Men vilka är egentligen de faktorer som ligger bakom fenomenet att personer från andra kulturer och med annan etnicitet sorteras bort vid rekryteringsförfarandet? Finns det någon skillnad i hur sökanden med annan etnisk bakgrund bemöts av företaget jämfört med svenska sökanden? I denna uppsats vill vi belysa lite närmare hur företagspolicyn, sökandes karakteristika och fokus på social kompetens i urvalsmomenten kan leda till en diskriminerande social bedömning av kandidater med främmande kulturella bakgrunder.

Många organisationer bedömer vilka kvalifikationer kandidaterna har, men lägger även tonvikten på att personen ska ”passa in” i företaget för att bygga en stark gemenskapskultur (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Det sägs att företagspolicy kan vara en aspekt som ligger bakom det faktum att rekryteraren fokuserar på socialrelaterade frågor såsom ”är du en öppen eller reserverad person” eller ”har du lätt att tappa humöret” före uppgiftsrelaterade såsom ”är du effektiv och noggrann i ditt arbete”. Ett överdrivet krav på homogenitet kan dock leda till att egenskaper och kompetenser knutna till arbetet som borde ha prioritering läggs åt sidan. Petersen & Dietz (2005) tar i sin artikel upp en studie av Brief (1998) där han poängterar att när organisationer upprätthåller homogenitet i arbetsstyrkan på arbetsplatsen är det oundvikligt att diskriminering uppstår gentemot arbetssökande från minoritetsgrupper. Eftersträvandet av en homogen arbetsgrupp förklaras med en uppfattning om att homogen arbetsstyrka påverkar företagets lönsamhet positivt och resulterar i organisatoriska framgångar (Petersen & Dietz, 2005). Jämställdhetsombudsmannen, JämO (1999), påpekar att trots att många använder sig av detta argument vid rekryteringssammanhang finns det inte några belägg som säger att social kompetens eller samarbetsförmåga är starkare och bättre hos svenskar än hos personer från andra kulturer. Med den senare argumentationen, kan man då påstå att den diskriminering som uppstår vid homogena arbetsplatser är ett rättfärdigande för en mer subtil form av rasism? Finns det någon koppling mellan vårt sökande efter homogena grupper och eventuella dimensioner som underlättar för oss när vi kategoriserar och bedömer andra människor?

Det har konstaterats att det finns två universella dimensioner i människors sociala kognition som används i varseblivning och bedömning av andra både på grupp- och individnivå (Fiske, Cuddy, & Glick, 2007). Den första dimensionen omfattar värmerelaterade aspekter såsom vänskap, hjälpsamhet, ärlighet, pålitlighet och moral medan kompetensdimensionen berör aspekter såsom intelligens, färdigheter, kreativitet och effektivitet. Anledningen till att vi tittar lite närmare på värme och kompetensdimensioner är på grund av den tänkbara relationen mellan social kompetens och diskriminering av individer med främmande etnisk bakgrund. Att föredra fler värmerelaterade frågor före kompetensinriktade frågor vid ett intervjutillfälle kan bero på att man omedvetet har aktiverat ett behov av en specifik social förmåga hos kandidaten. Vid mötet med utländska kandidater kan det resultera i att man sållar bort, och därmed diskriminerar människor med icke-svensk bakgrund (Jämo, 1999).

Stereotyper, kategorisering, och fördomar

Walter Lippmann introducerade begreppet stereotyp redan på 1920-talet och definierade det som "förenklade bilder" i våra huvuden, av andra människor och situationer i omvärlden (Hinton, 2003). Dessa bilder är dock inte alltid synonyma till säker kunskap eftersom omvärlden är för stor för att vi ska kunna ha kunskap om allt som finns och händer kring oss. Vi tolkar och handlar utifrån det vi tror det är rätt, inte utifrån det som verkligen är sant (Hinton, 2003). Detta resonemang visar att det finns en begränsning i människans kognitiva förmågor när det gäller att få kunskap om saker. Som följd konstrueras stereotyper för att göra det lättare för människor att leva (Hinton, 2003). Det går snabbare att bearbeta information om man generaliserar och det blir lättare att leva tillsammans om man har samma värderingar och åsikter (Fiske et al., 2002).

Den kognitiva synen på stereotyper gör gällande att människor har ett behov av att kategorisera den sociala omvärlden för att få förståelse och sedan kunna interagera med den. Kategorisering är en nödvändig kognitiv process som bidrar till att vi kan ta intryck av saker, människor och sociala kontexter. Genom att placera en person i en viss kategori eller grupp, ger vi individen gruppens karaktärsdrag, vilket bidrar till att vi kan förutsäga hur individens beteende kommer att se ut. I ett gruppssammanhang brukar vi kalla den grupp vi själva tillhör för egen grupp eller ingrupp, och de grupper vi inte tillhör för främlingsgrupper eller utgrupper. Tendensen är således att vi bedömer främlingsgrupperna på ett stereotypt och negativt sätt, exempelvis när vi anser att alla individer i en viss grupp är likadana eller att de

inte är lika kompetenta och intelligenta som vi. I ett rekryteringssammanhang kan detta innebära märkbara effekter i urvalsproceduren. Hinton (2003) konstaterar att "Om kategorisering är fundamental för kognitionen så kan stereotyper mycket väl vara en effekt av kategoriseringsprocessen" (s.26).

Kulturen är den huvudfaktor som styr stereotypernas innehåll och därför är det naturligt att det finns olika stereotyper beroende på vilken kulturgrupp man tillhör. Problematiken uppstår eftersom människor grundar sina uppfattningar om rätt och fel i den kultur man tillhör, vilket gör att kulturella normer blir sanningar istället för att se kulturen som ett specifikt synsätt (Hinton, 2003). Egentligen är den kunskap vi får om omvärlden kulturellt bunden på så sätt att vi har gemensamma uppfattningar i den kultur vi tillhör och gärna försöker sprida vidare den kulturella kunskapen till andra individer omkring oss (Hinton, 2003). Det kan vara svårt att ta av sig sina kulturella glasögon, och bedöma människor på ett neutralt sätt.

Ett vanligt resonemang kring stereotyper är att dessa är felaktiga. Vi tillskriver individer vissa egenskaper som ofta inte tillhör dem, det vill säga, vi bedömer andra på felaktiga grunder. En anledning till att stereotyper anses vara förknippade med fel är för att stereotyper ingår i våra fördomar (Hinton, 2003). Det är inte alltid naturligt att människor vill eller kan ändra på sina stereotyper, detta för att dessa ofta bekräftar individens fördomsfulla uppfattningar om andra människor. Enligt Myers (2007) är en fördom en på förhand konstruerad negativ bedömning av en grupp och dess individuella medlemmar. För det mesta lutar fördomar sig mot att vara attityder som är en speciell kombination av värderingar, känslor och inklinationer att agera, snarare än handlingen eller agerandet i sig. Det finns forskning som baserar sina studier om fördomar på motivationsrelaterade orsaker (Hinton, 2003). Dessa orsaker innefattar bland annat situationer av frustration där individer skapar syndabockar för att inte reagera aggressivt gentemot den verkliga orsaken av sin frustration, till exempel när individen blir arbetslös och säger att det var för att invandrarna har tagit hans/ hennes jobb. Diskriminering är till skillnad från fördomar ett negativt beteende (Myers, 2007).

Vårt stereotypa tänkande och agerande tenderar att vara respektlöst när vi uppfattar en brist av kompetens i utgruppen, till exempel äldre, för att de tycks vara värdelösa och oförmögna. Däremot finns det vissa utgrupper som vi respekterar mer än andra, till exempel asiater, på grund av sin upplevda vassa kompetens, men som vi samtidigt ogillar för att de visar brist på värme och därmed uppfattas som en hotande grupp (Fiske et al., 2002). Stereotyper och dess

innehåll anses vara föränderliga efter socialt tryck, vilket leder till att man inte kan betrakta stereotyperna som säkra och förutsägbara från ett teoretiskt perspektiv. Av den orsaken har forskning i området under senare år försökt att fokusera på stereotypa processer istället för att analysera stereotyperna i sig (Fiske et al., 2002). Anledningen till detta är att stereotypa processer anses vara systematiska principer som generaliserar över specifika instanser av stereotyper och är stabila över tid, plats och utgrupp. Fiske et al. (2002) har därför utvecklat en ”stereotype content model” som påvisar att nästan alla stereotyper innefattas av två dimensioner: värme och kompetens.

Social kompetens

Även om begreppet social kompetens ofta kan betraktas som vagt och obegripligt i en rekryteringskontext är det alltmer vanligt att företaget eller rekryteraren ställer krav på denna aspekt hos arbetssökande. Enligt JämO (1999) brukar man bedöma ”social kompetens” på ett subjektivt sätt och olika faktorer som social bakgrund, familjeförhållanden, etnicitet, samarbetsförmåga, personliga egenskaper kan påverka bedömningen av vad social kompetens anses vara.

JämO (1999) menar att konceptet social kompetens inte är kulturellt neutralt och därför kan det hända att personer med icke-svenskt ursprung diskrimineras när detta krav ställs. Som skäl använder ofta rekryteringsansvarige att de sökande med en annan etnisk bakgrund inte kan uppfylla de krav som har med de svenska sociala ”koder” att göra, vilket kan leda till att samarbetet på arbetsplatsen inte blir tillfredsställande. Arbetsgivaren har en tendens att bedöma andras förmågor utifrån sina egna och söker därför personer som liknar henne/honom själv. På det sättet kan det kännas tryggare för en svensk arbetsgivare att rekrytera svenskar när det gäller samarbetsförmåga med tanke på att han/ hon känner till sökandes kultur och har en idé om hur sökanden kommer att samarbeta.

Värme och kompetens

Värme och kompetens är dimensioner som ligger till hjälp för människors sociala kognitionsprocess både när det gäller social bedömning på individnivå såsom på gruppnivå (Fiske, 2007). Även om det kan finnas lite skillnad i tolkningen av dessa två dimensioner verkar forskare vara i stort sätt överens om att den ena representerar aspekter som värme, gemenskap och kollektivism medan den andra är relaterad till kompetens, handlingskraftighet och individualism (Judd, James-Hawkins, Kashima & Yzerbyt, 2005).

Vid social bedömning på gruppnivå korrelerar värme och kompetens oftast negativt med varandra, vilket är en tendens att man får högt på den ena dimensionen och lågt på den andra. Ett exempel på detta är stereotypiserade grupper som anses harmlösa till exempel hemmafruar eller äldre, som ofta får höga värmevärden men låga kompetensvärden. Grupper som till exempel rika människor anses vara kalla och omänskliga, vilket gör att dessa får högt på kompetens och lågt på värmeaspekten. (Fiske et al., 2002; Judd et al., 2005). Vidare har det visats att svarta människor som befinner sig i en grupp med en majoritet vita få högt på värme, social och trevlig men samtidigt anses vara lata och dumma, ett lågt värde på kompetens. För asiater gäller det motsatta, de får högt på kompetens och negativt lågt på värme. Det man främst är intresserad av att veta är en persons avsikt och dess kapacitet att utföra den. Upplevd kompetens och värme urskiljer utgruppsstereotyper från varandra (Fiske et al., 2002).

Trots det faktum att värme och kompetens anses vara två åtskilda dimensioner tenderar dessa, till skillnad från gruppbedömning, att korrelera positivt när man bedömer enskilda individer. Korrelationen uppstår på grund av den så kallade haloeffekten, en konsistent positiv utvärdering av personen i frågan (Fiske et al., 2007). I en rekryteringssituation kan detta till exempel innebära att en utländsk kandidat skattas lågt på social kompetens och därmed även felaktigt lågt på kompetens.

Stereotyper om grupper som bedöms med hög värme och låg kompetens ser man ofta i relation till fördomar om ras, kön, ålder och dialekter. Dessa grupper blir ofta inte respekterade jämfört med grupper som anses ha hög kompetens, men man tycker ändå synd om och under vissa omständigheterna går detta över i medlidande, sympati, och en ”ta hand om” känsla. Exempelvis de som pratar med mexikansk brytning i USA, dessa betraktas av andra amerikaner som icke kompetenta men trevliga. I kontrast står de som anses ha hög kompetens och låg värme, till exempel vissa grupper av kvinnor (feminister, karriärkvinnor, idrottare) och judar. Dessa grupper ses som alltför ambitiösa, arbetar för mycket samtidigt som de saknar värme, är asociala (Fiske et al., 2002). De flesta människor kategoriseras till någon av de ovannämnda grupperna, men naturligtvis förekommer det att människor kategoriseras där de anses få både lågt på kompetens och värme, till exempel hemlösa och socialt utslagna personer som varken lyckas hålla sig på god fot med samhället eller klara sig på egen hand. Motsatsen till dessa är då de som perfekt passar in i den egna ingruppen. På det

här sättet menar Fiske et al. (2002) att när man upplever de olika kombinationerna av kompetens och värme gör det att man till exempel med hög-låg rättfärdig bitterhet mot en annan grupp och låg-hög rättfärdig att ha underordnade, båda två bidrar till att behålla status quo.

Modern rasism och lydnad som förklaring för arbetsdiskriminering

Att ha rasistiska åsikter i dagens samhälle är fult, människor vill framställa sig som politiskt och socialt korrekta. Den gamla, öppna rasismen har minskat men många hävdar att den istället har ersatts av en mer subtil, indirekt form som är inbäddade i rationella argument och därmed mycket svårare att upptäcka (Akrami, Ekehammar & Araya, 2000). Uttrycket subtil fördom är en variant av konceptet modern rasism och analyseras ofta som en bakomliggande faktor, dock inte den enda, till diskriminering vid anställning (Petersen & Dietz, 2005). Detta nya slags rasism brukar kallas för modern rasism och hållas åtskiljt från klassisk rasism. Modern rasism karakteriseras främst utav tre olika delar: irritation över fördelar som en minoritet kan få i ett samhälle, förnekelse av fortsatt diskriminering och motstånd mot de krav som kommer från individer i etniska minoriteter. Den klassiska är en mer öppen och uppenbar rasism vilket är även den uppbyggd av tre delar: försvar av traditionella värderingar, förnekelse av positiva känslor och en överdrift av skillnader mellan olika kulturer (Akrami et al., 2000).

Man har från samhällets sida försökt begränsa den klassiska rasismen genom lagar och regler som gör att alla ska ha tillgång till marknaden och kunna ta del av det de har råd med. För att en modern rasist ska uppträda konsistent med hans/hennes negativa rasistiska åsikter krävs därmed att hon/han är involverad i en kontext där det finns en rimlig, icke-fördomsfull förklaring av vad som kan anses vara ett fördomsfullt beteende. Detta kan uttrycka sig som till exempel att det påstås i företaget att man måste ha en säljare som representerar kundkretsen. En svart säljare till i ett företag med vit kundkrets skulle alltså kunna vara ett av de rationella argumenten att diskriminera samtidigt som man motiverar diskrimineringen med företagets perspektiv, samt behåller en image som en icke fördomsfull organisation (Brief, Dietz, Cohen, Pugh & Vaslow, 2000).

Sådana rättfärdiganden förekommer ofta i företag och även i andra sociala kontexter. Människor som använder sig av dessa rättfärdiganden tycker ofta att de verkar vara rationella i sin inställning, även om de är explicit rasistiska egentligen (Brief et al., 2000). När

påtryckningar av det här slaget förekommer i ett företag, till exempel när man har en policy som betonar vikten av att ha en homogen grupp med avsikt att "öka trivseln hos de anställda", finns tendensen att diskriminera.

Ett företags policy förväntas efterföljas av de anställda. Om företagspolicyn består av rättfärdigande av ovan nämnda rasistiska slag blir dessa instruktioner från de ledande till de anställda. Det har visats i tidigare studier, exempelvis Milgram (1974), auktoritetens inflytande på underordnad vad det gäller att gå ifrån sina attityder och begå omoraliska handlingar (Myers, 2007). Anställda och därmed rekryterare ser som sin primära arbetsuppgift att hierarkiskt efterfölja företagets normer, inte med innehållet i hans eller hennes specifika arbetsuppgifter. I en amerikansk studie av Brief et al. (2000), fann man att både personer som fick höga och låga poäng på en skala om rasistiska fördomar mot svarta, diskriminerade om företaget rättfärdigade det genom att ha rationella förklaringar om en homogen arbetsgrupp. Dock tenderade de med höga poäng att diskriminera i större grad. Om det inte fanns någon anvisning från ledningen om homogenitet fanns det heller ingen skillnad mellan grupperna. Modern rasism har alltså inte en huvudeffekt vad gäller diskriminering, men om det samtidigt sker en påtryckning från företaget och en auktoritär person i ledningen så tenderar personerna att diskriminera mer (Brief et al., 2000).

I en studie om fördomar och framtvungade av homogenitet på arbetsplats visar Petersen och Dietz (2005) att när försökspersonerna uppmuntrades att behålla en homogen tysk arbetsgrupp valde de ut färre utländska kandidater i urvalsprocessen. Deltagarna i studien hade från början blivit uppdelade i två grupper: uppenbara fördomsfulla individer och subtila fördomsfulla individer. När resultatet analyserades blev de försökspersoner som karakteriserades av subtila fördomar mer benägna att komma på rationella förklaringar till sitt diskriminerande beteende än de som hade uppenbara fördomar. I en av sina slutsatser menar Petersen och Dietz (2005) att deras studie tillsammans med Briefs (2000) har lyft upp subtil fördom som har en viktig roll i dagens organisationer. Därefter har de konstaterat att i en kontext där homogenitet stimuleras har man en stark benägenhet att exkludera minoriteter och på så sätt göra det gällande diskriminering på arbetsplats (Petersen & Dietz, 2005).

Syftet bakom den ovanstående beskrivningen av tidigare forskning är att analysera om dessa faktorer, såsom stereotyper i social bedömning, värme och kompetensdimensioner samt modern rasism i förhållande till homogena arbetsgrupper, kan ses som tänkbara förklaringar

till varför diskrimineringen uppstår i olika rekryteringssammanhang. Vår hypotes är att beroende på vilken typ av policy man utsätts för (rättviseorienterad vs lojalitetsorienterad policy) påverkar vilken typ av intervjufrågor man väljer som lämpliga (värmerelaterade vs kompetensrelaterade), vilket i sin tur används som stöd i valet av de lämpligaste kandidaterna för tjänsten. Vi tror att en lojalitetsinriktad annons uppmuntrar försökspersonerna att välja kandidater som passar in i en homogen svensk arbetsgrupp och därför sorterar de bort cv:n från kandidater med främmande etnicitet. Preferens för värme-frågor ser vi som sympati för social kompetens i bedömningsprocessen påverkad av lojalitetsinriktad annons, vilket enligt vår hypotes kan leda till diskriminering av invandrargrupper.

Metod

Pilotstudie

För att testa studiens design och för att få synpunkter på förbättringar samt brister på upplägget genomfördes en pilotstudie. Vid pilotstudien utgjordes försökspersonerna av vänner och familj som var så lika de kommande försökspersonerna som möjligt vad gäller ålder och akademisk bakgrund, $N = 10$ varav 6 kvinnor och 4 män och en medelålder på 33.10 år. Enkäten kom att bestå av fyra olika betingelser: 1) lojalitetsorienterad policy - svensk kompetent sökande 2) lojalitetsorienterad policy - utländsk kompetent sökande 3) rättviseorienterad policy - svensk kompetent sökande 4) rättviseorienterad policy - utländsk kompetent sökande. Försökspersonerna fördelades över de olika grupperna så att samtliga enkäter testades. Deltagarna var för oss bekanta, och vi bad dem om synpunkter om testet, på så vis fick vi bra och konstruktiv kritik på upplägget.

På grund av det låga antalet deltagare i pilotstudien las inte någon vikt vid själva resultatet, utifall det uppstod interaktion mellan typ av annons, skattningarna av värme-kompetensfrågorna, samt val av cv. Istället kontrollerades att alla verkade ha förstått instruktionerna så att eventuella missförstånd inte uppstod. Viktigt var också att majoriteten av försökspersonerna inte skattade övervägande högt/lågt på någon av frågorna, samt att hypotesen inte lös igenom. Detta hade varit ett hot mot validiteten i den kommande studien då vi inte hade fått någon variation i skattningarna mellan försökspersonerna i de olika betingelserna.

Därefter justerades vissa frågor så att de var mer specifikt anknutna till platsannonsen som marknadsförare och instruktionerna klargjordes lite mer då vi märkte att ett flertal

försökspersoner hade missat att svara på en av frågorna. Vi ändrade även själva designen något och ytterligare ett moment las till. Med 5 frågor efter varje cv, där försökspersonerna skulle skatta de sökande, skulle tillförlitligheten i mätningen av vår hypotes bli mer precis.

Studiens upplägg är en 2 x 2 faktoriell forskningsdesign. De två oberoende variablerna var 1. typ av policy i annonsen, lojalitets eller rättviseinriktad; samt 2. kandidatens etnicitet, en utländsk och en svensk. Beroende variabel var hur frågorna skattades, värme eller kompetens, samt vilket cv försökspersonerna ansåg vara bäst lämpad för platsannonsern.

Undersökningsdeltagare

För att undvika att försökspersonerna listade ut vår forskningshypotes riktade vi studien mot ekonomer/tekniker vid Lunds Tekniska Högskola (LTH). Tanken var att de för oss var okända ansikten samt att vi hade en teori om att det inte förekommer liknande undersökningar lika ofta bland de ekonomi/teknik studerande och därmed representerar den bakomliggande populationen på ett bra sätt.

Alla försökspersoner rekryterades under två dagar vid LTH studiecentrum. Personerna var slumpvis utvalda under förutsättning att de var villiga att delta i vår undersökning. Vi ville ha 120 personer men eftersom vi misstänkte ett bortfall samlade vi in 130st. Vi fördelade även enkäterna beroende på försökspersonernas kön för att minska eventuell bias av något slag. Genomgången av enkäterna visade att det var några som hade missat fylla i antingen kön och ålder men även på en fråga där de skulle skatta vilket av cv:na de tyckte var bäst. Eftersom att det var en så avgörande fråga tryckte vi upp 35st nya enkäter och rekryterade ytterligare kandidater, även dessa på LTH studiecentrum.

Fyra olika studier fördelades mellan de 120 försökspersonerna: 1) rättviseannons, kompetent svensk man/ inkompetent man invandrare ($N = 30$), 2) rättviseannons, kompetent man invandrare/inkompetent man svensk ($N = 30$), 3) lojalitetsannons kompetent man svensk/inkompetent man invandrare ($N = 30$) och 4) lojalitetsannons kompetent man invandrare/inkompetent man svensk ($N = 30$). Av det totala antalet var 63st män och 57st var kvinnor och medelåldern 23.04 ($SD = 2.62$).

Material

Till datainsamlingen använde vi oss av de fyra ovan nämnda studierna i form av enkäter, som

var och en bestod av 13 A4-sidor. Under experimentet fick deltagarna ta del av två olika platsannonser (se Appendix A), $N = 60$ på varje annons. Dessa annonser utformades med hjälp av verkliga platsannonser på arbetsförmedlingens hemsida www.ams.se och riktades mot ekonomi. Platsen som efterlystes var marknadsförare. Den ena annonsen betonade rättvisa, att man blev bedömd på lika villkor, att alla människor var välkomna att söka, osv. Den andra annonsen betonade lojalitet, homogenitet och att passa in i gänget för att på så sätt få ett smidigt fungerande arbetsteam. Varje individ fick endast en utav annonserna i sin enkät.

Därefter följde 31 frågor (15 värmeriktade och 14 kompetensinriktade) samt två fillers, som var neutrala. Dessa frågor är utformade enligt tidigare forskning som visat att man bedömer människor i sin närhet efter egenskaper i dessa kategorier (Fiske et al., 2002). Majoriteten av frågorna lånade vi från Jensen & Persson (2007). Frågorna hade en skala från 1-5 där 1 var inte alls lämplig och 5 var mycket lämpligt, vilket användes för att skatta frågornas lämplighet för en anställningsintervju .

Därefter följde 3 fiktiva cv:n som utformats så att de varierade i grad av utbildning samt kön och etnicitet. Kandidaterna bestod av en kvinna som hade någorlunda lämplig utbildning för jobbet, sedan följde två män en invandrare och en svensk varav det ena cv:t innehöll en hög ekonomisk utbildning, och det andra en samhällsvetenskaplig examen. Kvinnans cv var detsamma hela tiden och var mest tillagt till för att förvilla försökspersonerna så att det inte uppenbart fanns en svensk och en invandrare då det hade varit lätt att avslöja forskningshypotesen. De båda männen cv varierade vi namnen på så att den svenska mannen och mannen med invandrabakgrund hade den ekonomiska (mest lämpliga) utbildningen två gånger, en för rättviseannonsen och en för lojalitetsannonsen och vice versa. Ordningen på cv:na var först kvinnan, sedan den kompetenta mannen och sist den mindre kompetenta mannen. Kvinnan kom först även här för att förvilla deltagarna.

Utöver cv:na konstruerade vi ett frågeformulär med fyra frågor och en skala på 1-9, som var utformade att undersöka kandidaternas anställningsbarhet. Här betydde låg poäng ej anställningsbar, och hög poäng mycket anställningsbar. Dessa cv-frågor besvarades efter respektive cv.

Följande blad innehöll en instruktion om att kvinnan dragit in sin ansökan och deltagarna hänvisades att välja vilken av de två kvarvarande kandidaterna som var mest lämplig för

jobbet. Här använde vi oss av en linje där försökspersonerna fick sätta ett kryss mellan “inte alls anställningsbar” och “väldigt anställningsbar”. Under denna fråga fanns åtta frågor med samma typ av linje mellan de två namnen, där försökspersonerna uppmanades att kryssa för vilken av kandidaterna som bäst passade in på beskrivningen. Fyra av frågorna var värmeinriktade och fyra var kompetensinriktade.

Sista sidan bestod av en manipulationskontroll där försökspersonen uppmanades att svara på 1) hur de hade uppfattat platsannonsen, 2) gissa syftet med studien och 3) om de anade forskningshypotesen. Denna manipulationskontroll gjorde det möjligt att plocka bort uppstickare som lyckades lista ut hypotesen. Kriterierna som användes i analysen av kontrollfrågorna var följande:

Rättvisepolicy: ett företag som betonar rättvisa i sitt rekryteringsförfarande strävar efter att alla sökande har samma möjligheter att konkurrera på lika villkor med sina kompetenser och kvalifikationer. Det finns fasta och tydliga riktlinjer vid bedömningen av kandidaterna. Målet med ett rättviseurval är att hitta rätt kunskap till rätt plats.

Lojalitetspolicy: i denna policy är det viktigt att de sökande passar in i organisationsandan. Detta innebär att företaget är en attraktiv arbetsplats som den är och att det gäller att anpassa sig till detta. Trivsel och gemenskap är företagets verktyg för att öka effektiviteten och därför söker företaget kandidater som accepterar och delar dess värderingar. Att bli en del av teamet anses vara en betydelsefull karakteristika.

1. Uppfattning av platsannonsen

Till denna kontrollfråga definierades kategorierna som 0,1,2 som stod för: 0, personen minns inte alls vilken sorts policy som eftersträvades i platsannonsen eller alternativt har skrivit något som inte alls har med respektive policy/annons att göra; 1, personen minns någorlunda vad som eftersträvades i annonsen vad gäller policy, till exempel kommer ihåg något av de olika kriterierna ovan; 2, personen har klart uppfattat vilken sorts policy som eftersträvades och kan redogöra för de olika delarna i respektive policy. En analys över överensstämmelse mellan bedömarens skattningar av deltagarnas svar utfördes, $k = .839$.

2. Uppfattning av syftet

Även här definierades kategorierna som 0,1,2 och stod för: 0, försökspersonen har inte en aning om vad syftet i undersökningen är eller alternativt har svarat helt uppåt väggarna; 1,

försökspersonen har förstått att det handlar om diskriminering, eftersom det finns olika etniciteter bland kandidaterna, men har inte kopplat det till policyn i platsannonsern (eller vice versa); 2, försökspersonen har helt uppfattat syftet med undersökningen. Att det handlar om diskriminering vid rekrytering beroende av företagspolicy. Analysen över i vilken grad bedömarnas svar överstämde visade $k = .737$.

3. Uppfattning av forskningshypotesen

Kategorierna var återigen 0,1,2 och stod för: 0, försökspersonen har inte alls uppfattat vår forskningshypotes eller alternativt har gissat helt fel; 1, försökspersonen har förstått någon del av hypotesen exempelvis att det handlar om diskriminering eller om företagspolicy, men har inte kopplat sambandet (de har aktiverat någon slags kontrollmekanism); 2, försökspersonen har uppfattat vår hypotes att vilken typ av policy man använder sig av påverkar hur stor vikt man lägger vid social kompetens vilket i sin tur riskerar att man exkluderar utgrupper. Bedömarnas överensstämmelse $k = .678$.

I den slutliga och gemensamma bedömningen kom vi fram till att endast tre av 120 deltagare fick kategori 2 på uppfattningen av forskningshypotes. Detta innebär att dessa tre personer gissade rätt på forskningshypotesen enligt de tidigare beskrivna kriterierna, men eftersom antalet rättgissande var litet bestämde vi oss för att behålla dem i studien.

Procedur

Deltagarna fick en kort muntlig instruktion om att vi kom från psykologiska institutionen, och att enkäten handlade om urval och rekrytering. De blev uppmanade att fylla i enkäten på ca 10 min, och eventuella frågor besvarades innan de satte igång. Som en motivationshöjande bonus, fick de choklad om de fyllde i. Enkäterna delades ut genom en randomiserad fördelning över män och kvinnor. Deltagarna fick ta enkäten med sig och sätta vid ett bord där de själva valde. Sedan, när de kom tillbaka med enkäten så var det några personer som ville veta vår forskningshypotes. Vi gjorde då en kort presentation om att studien handlade om diskriminering i rekryteringssituationer och svarade på eventuella frågor.

Resultat

Hypotes - Policyns påverkan på försökspersonernas skattningar av den lämpligaste kandidaten

Syftet med denna studie var att hitta en interaktionseffekt mellan typ av företagspolicy (med

hjälp av en platsannons) och kandidatens etnicitet. Huvudhypotes går ut på att typen av policy man utsätts för (rättvisorienterad vs lojalitetsorienterad policy) påverkar vilken typ av intervjufrågor man väljer som lämpliga (värme- respektive kompetensrelaterade). Vi menar vidare att när man lägger stor vikt vid värmerelaterade frågor har man en tendens att sortera bort cv:n från kandidater med främmande etnicitet eftersom man anser att risken kan vara stor att dessa inte passar in i företagets kultur.

De oberoende variablerna är alltså:

1. företagspolicy (representerade av platsannons) uppdelade på två nivåer, lojalitetsinriktad samt rättvisorienterad
2. Kandidatens etnicitet, (namn på kompetent cv) med två nivåer, svensk och invandrare.

De beroenden variablerna var intervjufrågornas skattningar (värme och kompetens), skattningar av utvärderingsfrågorna (värme och kompetens), samt vilken kandidat som fick högst poäng på anställningsbarhetsskalan.

Med hjälp av en tvåvägs ANOVA analyserades om det fanns signifikanta resultat vad gäller faktorerna typ av företagspolicy och sökandes etnicitet. Hypotesen fick inte något stöd i analysen av huvudeffekten för policyn och kandidatens etnicitet (båda $F < 2$). Ingen signifikant interaktionseffekt uppstod mellan dessa två faktorer ($F < 2$). Det innebär att typ av företagspolicy (lojalitetsorienterad vs rättvisorienterad annons) och sökandes etnicitet inte påverkar valet av den lämpligaste kandidaten.

Ett signifikant resultat hade visat att om försökspersonen fick läsa en lojalitetsannons, skulle de skatta värmefrågorna som viktigare, samt om de fick läsa en rättvisorienterad annons skulle de skatta högre på kompetensfrågorna. Eftersom försökspersonen i det här skedet ännu inte har tagit del av de olika sökande (etnicitet) studerades endast huvudeffekten mellan typ av policy och skattning av värme- respektive kompetensrelaterade frågor. Det var sammanlagt 31 frågor, där 16st var värmeinriktade och 13st kompetensinriktade. För att testa om annonserna påverkade bedömningen av intervjufrågors lämplighet utfördes ett t-test: skattning av värmefrågor vid lojalitetsinriktad annons $M = 3.40$ ($SD = .47$), skattning av värmefrågor vid rättvisorienterad annons $M = 3.39$ ($SD = .43$), skattning av kompetensfrågor vid lojalitetsinriktad annons $M = 3.69$ ($SD = .52$), skattning av kompetensfrågor vid rättvisorienterad annons $M = 3.82$ ($SD = .44$). t -testen gav inte något signifikant resultat till

denna hypotes ($p > .05$), vilket innebär att typ av annons (företagspolicy) inte signifikant påverkade skattningen av värmefrågorna i jämförelse med kompetensfrågorna.

Efter skattningen av cv:na i enkäten, fick försökspersonerna ta del av utvärderingsfrågorna där Jonas och Roberto ställdes mot varandra. Frågorna delades upp så att 4 var värme- och 4 var kompetensinriktade. Deltagarna ($N = 120$) skattade vilken av de kvarstående kandidaterna som var lämpligast. Genom en tvåvägs ANOVA testades om typ av annons och kandidatens etnicitet påverkade skattningen av utvärderingsfrågor (värme- vs kompetens). Analysen visade en signifikant huvudeffekt för faktorn etnicitet på värmefrågor, $M = 5.87$ ($SD = 1.21$), $F(1,116) = 10.60$, $p = .001$. Däremot fick hypotesen inget stöd när det gäller huvudeffekt för annons och interaktionseffekt mellan annons och etnicitet (båda $F < 2$). Detta resultat innebär att när den kompetenta kandidaten har ett utländskt namn skattar försökspersoner högt på värme i utvärderingsfrågorna. Skattningen av kompetensfrågorna å andra sidan fick inte något signifikant resultat i fråga om kandidatens etnicitet, $p > .05$, $M = 7.88$ ($SD = 1.37$).

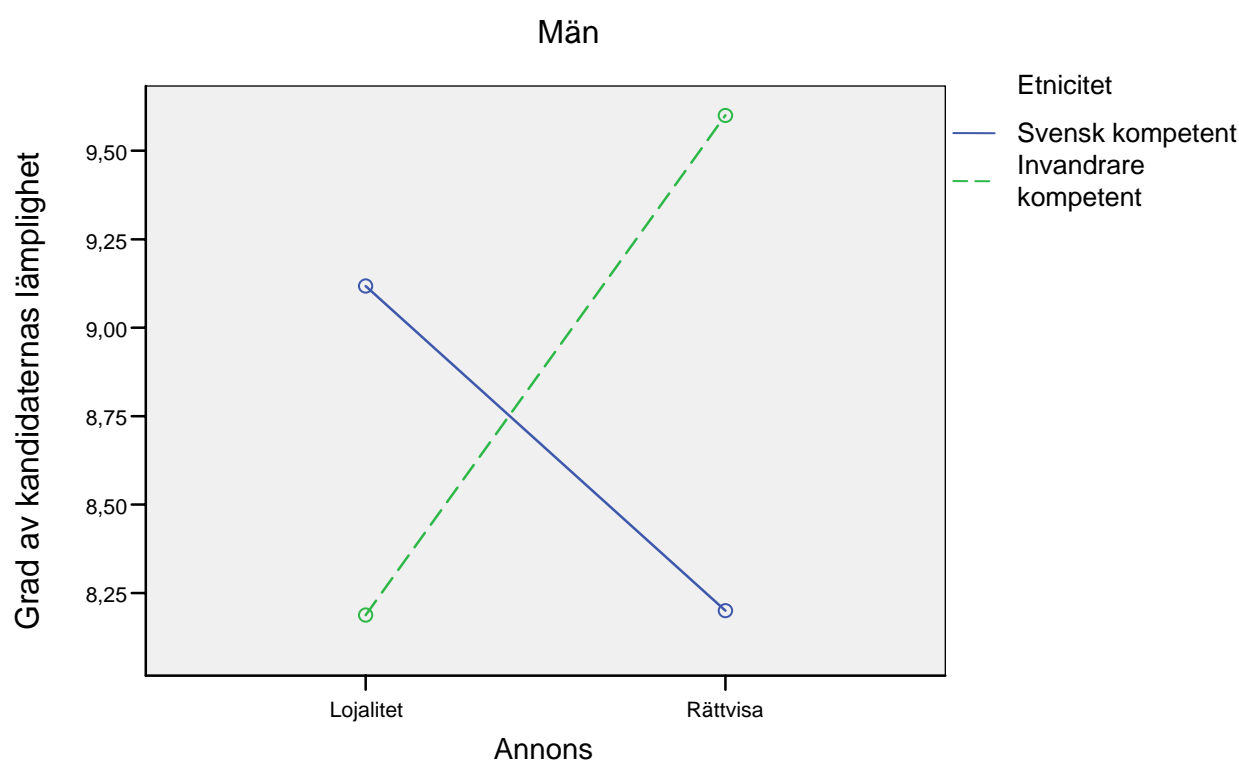
En ytterligare hypotes som testades var om kön interagerade med etnicitet och policy. Denna analys gjordes med en trevägs ANOVA där kvinnor och mäns påverkan på valet av den bästa kandidaten kunde prövas. Analysen visade en signifikant trevägsinteraktion mellan policy, etnicitet och kön, $F(1,112) = 6.04$, $p = .016$. För kvinnor gällde följande: $M = 8.47$ ($SD = 2.11$). För män gällde: $M = 8.78$ ($SD = 2.11$).

Figur 1 visar att när det gäller lojalitetsannons skattade kvinnor högt på den utländska kandidaten och lågt på den svenske kandidaten. Vid rättviseannonsen skattade kvinnor ungefär likadant på båda kandidater.



Figur 1. Kvinnornas benägenhet att skatta högt på den utländska kandidaten och lågt på den svenske vid en lojalitetsannons i fråga om kandidaternas lämplighet.

Figur 2 visar skattningarna för män. Till skillnad från kvinnors skattningar var män mer benägna att sätta låga värden på den utländska kandidaten vid lojalitetsannonsen och höga värden på den svenske. När det gäller rättviseannonsen var värdena på den utländska kandidaten däremot höga och värden på svensken låga.



Figur 2. Männen benägenhet att skatta lågt på den utländska kandidaten och högt på den svenske vid en lojalitetsannons i fråga om kandidaternas lämplighet.

När värmefrågorna som beroende variabel skattades under utvärderingsfasen visade analysen ingen interaktionseffekt mellan annons, etnicitet och kön, $F < 2$, $M = 5.87$ ($SD = 1.21$). Å andra sidan uppstod det även här en signifikant huvudeffekt på värmefrågor beträffande etnicitetsfaktorn, $F(1,112) = 10.70$, $p = .001$. När den beroende variabeln var kompetensfrågorna på utvärderingsfasen fann vi en signifikant trevägsinteraktion mellan annons, etnicitet och kön, $F(1,112) = 5.58$, $p = .02$, $M = 7.88$ ($SD = 1.37$).

Dessa resultat visar att det finns en uppenbar skillnad mellan männen respektive kvinnornas skattning på de beroende variablerna (kandidatens lämplighet och utvärderingsfrågor). Detta

innebär att männen skattade högt på den svenske kandidaten och lågt på den utländska både i bedömningen av kandidaternas lämplighet och i kompetensfrågorna när de fick ta del av en lojalitetsinriktad annons. Kvinnorna däremot skattade högt på den utländska kandidaten och lågt på den svenske vid lojalitetsannons i båda beroende variabler. Resultaten ovan kan kopplas till studiens hypotes, där företagspolicyn anses vara en markant faktor som påverkar valet av kandidater i rekryteringssammanhang. Eftersom männen i studien satte låga värden på den utländska kandidaten i två olika situationer kan vi komma fram till att männen diskriminerade invandraren när denne ställdes mot en svensk kandidat.

Diskussion

Diskrimineringsombudsmannen, DO (2001) förklarar att huvudmålet för etnisk mångfald är att alla arbetssökande i urvalsprocessen ska bedömas efter sina individuella egenskaper och kvalifikationer, utan irrelevant uppmärksamhet på etnisk tillhörighet. Kandidaten ska få arbetet för vad han/ hon kan och inte för vem han/ hon är (DO, 2001). Den pågående diskussionen om diskriminering vid rekrytering antyder dock att något inte stämmer. Syftet med den här studien var att undersöka huruvida ett företags policy påverkar val av kandidat i en anställningssituation. Vår hypotes gick ut på att vilken typ av policy man utsätts för (rättviseorienterad vs lojalitetsorienterad policy) påverkar vilken typ av intervjufrågor man valde som lämpliga (värmerelaterade vs kompetensrelaterade). Vidare var vår hypotes att man vid en lojalitetspolicy fokuserade på värme frågor och därmed på social kompetens hos arbetssökande och därmed tenderar att diskriminera sökande från annat etniskt ursprung.

Interaktionseffekten mellan typ av policy och etnicitet fick inte något signifikant resultat. Vid bedömningen av intervjufrågornas lämplighet, vilket innebär att typ av annons (företagspolicy) inte signifikant påverkade försökspersonernas benägenhet att skatta värme frågorna högre i jämförelse med kompetensfrågorna, $p > .05$.

Vi fick däremot ett signifikant resultat vad gäller resultaten på utvärderingsfrågorna, huvudeffekten för faktorn etnicitet på den beroende variabeln ”social utvärdering”, $p = .001$. Dessa frågor var ämnade att mäta kandidatens lämplighet till tjänsten och här fick den kompetenta utländska kandidaten alltså högre värden på värme än den kompetenta svenske. Skattningen av kompetensfrågorna å andra sidan fick inte något signifikant resultat i fråga om kandidatens etnicitet, $p > .05$. Detta kan jämföras med de resultat som Fiske (2002) i en amerikansk studie kom fram till, där amerikaner skattade utgruppen mexikanare som

inkompetenta men trevliga.

När faktorn kön las till som tredje variabel i analysen av vår studie uppstod signifikanta resultat ($p = .016$). Det blev en signifikant trevägsinteraktion mellan faktorerna företagspolicy (annons), etnicitet och kön. Männerna skattade högt på den svenske kandidaten och lågt på den utländske i fråga om kandidatens lämplighet när de manipulerades med en lojalitetsinriktad annons. Kvinnor å andra sidan fick motsatt resultat. De bedömde den utländska kandidaten som mer lämplig än den svenske när företaget betonade lojalitet och homogenitet på arbetsplatsen. Det innebär att kvinnor i det här fallet ser invandrarkandidaten som mer social kompetent för jobbet än den svenske kandidaten. Bäckström & Björklund (2007) gjorde en studie som visade att de vägar som ledde till fördomsfullhet var social dominans, empati, auktoritet och kön. De fann att där män var mer fördomsfulla än kvinnor var empati en medierande orsak. En kvinnlig försöksperson i vår studie kommenterade att hon valde den mannen med utländsk härkomst även om han inte hade det mest kompetenta cv:t, eftersom hon trodde att det inte fanns så många andra utlänningar på ett medelstort svensk ekonomiföretag. Hon ville därmed bidra till mångfalden och kvotera in den utländska kandidaten. Den grupp som enligt "Stereotyp Content Model" (Fiske, 2002) bedöms med hög värme och låg kompetens ser man ofta i relation till fördomar om ras, kön, ålder och dialekter. Det finns en tendens att inte respektera dessa aspekter, då de anses vara inkompetenta samtidigt som man under vissa omständigheter känner medlidande och tycker synd om dem. I vår studie skattade kvinnorna tvärtemot hypotesen och valde den utländska kandidaten även om han inte hade det mest kompetenta cv:t. En bidragande orsak kan därför vara att kvinnor generellt sett har högre värden på empati (Bäckström & Björklund, 2007).

I samma studie hittades även en direktlänk som visade att empati inte var den enda förklaringen för könsskillnader vad gäller fördomsfullhet (Bäckström & Björklund, 2007). Empati är alltså en fördomsreducerande faktor, män som generellt får högre värde på social dominans än kvinnor har en tendens att vara mer fördomsfulla. Sidanius, Levin, Liu, & Pratt (2000) menar att i likhet med evolutionsteorin är mäns aktiva samling av ekonomiska resurser och makt nödvändiga för lyckad reproduktion, och att de därmed har högre nivåer av social dominans än kvinnor. Enligt både kulturella fenomen och social dominans paradigmet, har man hittat en skillnad i strävandet efter jämlikhet när man definierade social status som socioekonomisk status, etnicitet eller ras (Sidanius et al., 2000). En högstatus grupp tenderar att vilja behålla sin plats i hierarkin av social status och har inga egalitära intressen.

Resultaten visade också att fenomenet finns bland män och kvinnor. Män var mindre jämlikhetssträvande än kvinnor, och könsfaktorn tenderade till skillnad från sociala statusgrupper, att vara konstant över kulturella och kontextuella sammanhang (Sidanius et. al., 2000). Detta stämde överens med resultaten på utvärderingsfrågorna i vår uppsats där man dels skattade den utländska kandidaten högt på värme (social kompetens), och inte på kompetens, dels att män var mer diskriminerande än kvinnor. Carlsson & Rooth (2007) gjorde en studie om etnisk diskriminering inom den svenska arbetsmarknaden där de kom fram till att jobbsökningar med namn från mellanöstern hade mindre sannolikhet att bli kallade till ett intervjutillfälle när manliga rekryterare var ansvariga för intervjun (Carlsson & Rooth, 2007). Detta påvisar återigen att när rekryteraren är en man så finns det en större benägenhet att de diskriminerar utländska sökande jämfört med kvinnliga rekryterare. De påpekar vidare att männens diskriminerande preferens i deras studie går hand i hand med det faktum att svenska män har funnits ha mer negativa inställningar mot invandrare än svenska kvinnor. Ett förslag till vidare forskning kan därmed vara att endast ha med män i undersökningen.

Hodson, Dovidio och Gaertner (2002) konstaterade i sin studie om processer av etnisk diskriminering att deltagarna med låga poäng på en fördomsfullhetskala tenderade att favorisera svarta sökande jämfört med vita när sökandes kvalifikationer var tvetydiga. Författarna förklarar att anledningen bakom detta agerande är det faktum att deltagarna har godtagit stereotypen om att de svartas begåvning är generellt sett relativt låg. Man kan göra en intressant jämförelse mellan männens diskriminerande bedömning i denna studie och det som i bakgrunden tagits upp om modern rasism. Om man byter ut moderna rasister, de som diskriminerar och använder ett rättfärdigande för att förklara sina handlingar, mot män i den aktuella studien kan man se att de använder sig av en förklaring om att de har en lojalitetspolicy bakom sig för att plocka bort den utländska kandidaten från urvalsprocessen. Män är mer rasistiska, men uttrycker sin rasism och fördomsfullhet endast i situationer där det är socialt accepterat att agera på ett diskriminerande sätt.

Vilka ytterligare omständigheter kan ha inverkat på resultatet?

För det första det faktum att vi undersökte fenomenet diskriminering i arbetslivet med hjälp av studenter som befann sig i sina studielokaler istället för riktiga anställda på ett företag. Det finns ett stort antal högskolestudenter som inte har varit med i verkliga situationer relaterade till hur rekryterings- samt urvalsprocesser i arbetslivet går till. Därför kan det tänkas att man uppskattar den mest kompetenta kandidaten oavsett etnicitet eftersom studien inte ger några

kännbara konsekvenser. Petersen och Dietz (2005) visar i sin studie om fördomar och homogenitet på arbetsplats, betydelsen av en auktoritär persons preferens att även om personen inte fick högt på fördomsskalan, tenderade de att diskriminera om de fick en påtryckning från någon i ledningen. Studenterna kan tänkas ha bristfällig erfarenhet från situationer på arbetsmarknaden för att inse konsekvenserna av att inte följa ledningens riktlinjer. Men våra resultat visar ändå att de manliga studenterna uppfattade annonsens påtryckning och diskriminerade, samt att kvinnorna var mindre fördomsfulla, vilket kan förklaras enligt könsdiskussionen ovan.

Vid ett rekryteringstillfälle så har man en tendens att identifiera sig med kandidaten (Jämo 99). Detta kan betyda att en svensk rekryterare väljer en svensk kandidat istället för en utländsk, och en utländsk rekryterare föredrar att anställa en kandidat med utländsk bakgrund. Vi hade blandat utländska och svenska försökspersoner i studien, vilket också kan ha bidragit till det icke signifikanta resultatet.

En annan bidragande orsak kan ha varit att högskolesystemet i Sverige och även samhället i sig, starkt markerar ogillandet av etnisk diskriminering bland studenter och lärare, vilket gör att de som svarade på enkäten har aktiverat ett icke-diskriminerande tankesätt medan de svarade på frågorna. När försökspersonerna fick syn på ett utländskt namn, reagerade de och skattade kanske därmed motsatt, eftersom man absolut inte vill bli förknippas med att inneha rasistiska fördomar. Eftersom våra försökspersoner var studenter, som brukar vara medvetna om samhällsliga fenomen, och materialet var en enkät och inte en anställningssituation i verkliga livet, fick valet av kandidat inga direkta konsekvenser. Man vill helt enkelt vara politiskt och socialt korrekt. Vi anser att utfallet mycket väl kan se annorlunda ut i verkligheten.

Vidare var studien ganska lång, 13 sidor, vilket kan ha bidragit med att försökspersonerna inte kom ihåg policyn i annonsen eftersom den stod i början av studien och därmed inte skattat utifrån den, utan mer generellt. Vi ville kontrollera detta genom att ställa debriefingfrågor på sista sidan av studien. I de fall där deltagarna inte svarat någonting, kan tänkas bero på både ointresse och tidsbrist. Men detta behöver inte betyda att försökspersonerna inte påverkades av annonsen när de bedömde kandidaterna, utan det kan ha skett på omedvetet plan. En mindre lång studie hade kunnat bidra till ett bättre resultat.

Reliabiliteten i studien kan ha påverkats av jobbets specifika karaktär i sig. Platsannonser med tjänsten som marknadsförare kan tänkas ha aktiverat stereotypa föreställningar om arbetsuppgifterna. Det kan yttra sig genom att värmefrågor har fått stå tillbaka för kompetensfrågor när försökspersonerna fick kategorisera rollen som marknadsförare. Men studien hade inte varit speciellt genuin om vi inte valt att skapa en fiktiv tjänst.

En möjlig förklaring till att arbetssökande med olika kulturella bakgrunder blir segregerade på arbetsmarknaden är det faktum att ett stort antal rekryteringsansvariga inte har tillgång till nya och uppdaterade forskningsstudier inom rekryterings- respektive urvalsområdet. Ryan och Tippins (2004) påpekar att forskning ofta stannar kvar i invecklade vetenskapliga tidskrifter och inte når ut till dem som dagligen har användning av forskningsämnet i praktiken. Detta leder till att ett gap uppstår mellan forskningen inom rekryteringsområdet och praktisk verksamhet, där den ena inte bidrar till den andras utveckling och förbättring, vilket i sin tur resulterar i otillräckliga kunskaper som avser diskriminering i arbetslivet. Rekryterare borde därför ha bättre tillgång till vetenskapliga studier och tidskrifter, till exempel bättre samarbete mellan företag och universitet.

Referenser

- Akrami, N., Ekehammar, B. & Araya, T. (2000). Classical and modern racial prejudice: a study of attitudes toward immigrants in Sweden. *European Journal of Social Psychology*, 30, 521-532. Hämtad från databasen Elin: <http://elin.lub.lu.se/>.
- Brief, A. P., Dietz, J., Cohen, R. R., Pugh, S. D., & Vaslow, J. (2000). Just doing business: Modern racism and obedience to authority as explanations for employment discrimination. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 81, 72-97. doi:10.1006/obhd.1999.2867
- Bäckström, M. & Björklund, F. (2007). Structural modelling of generalized prejudice. *Journal of Individual Differences*, 28, 10-17. doi:10.1027/1614-0001.28.1.10
- Carlsson, M. & Rooth, D. O. (2007). Evidence of ethnic discrimination in the Swedish labor market using experimental data. *Labour Economics*, 14, 716-729. doi:10.1016/j.labeco.2007.05.001
- Fiske, S.T., Cuddy, A. J. C., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 11, 77-83. doi:10.1016/j.tics.2006.11.005
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P. & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902. doi:10.1037//0022-3514.82.6.878
- Hinton, P. R. (2003). *Stereotyper, kognition och kultur*. Lund. Studentlitteratur.
- Hodson, G., Dovidio, J. F. & Gaertner, S. L. (2002). Processes in racial discrimination: Differential weighting of conflicting information. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 460-471. doi:10.1177/0146167202287004
- Jacobsen, D.I. & Thorsvik, J. (2002) *Hur moderna organisationer fungerar*. Lund. Studentlitteratur.
- Jensen, M. & Persson, H-M. (2007). *Diskriminering vid rekrytering – samspelet mellan företagspolicyn och sökandegruppens karakteristika*. Kandidatuppsats, Lunds universitet. Hämtad från databasen Xerxes: <http://theses.lub.lu.se/undergrad/?lang=sv>.
- Judd, C. M., James-Hawkins, L., Kashima, Y., & Yzerbyt, V. (2005). Fundamental dimensions of social judgment: Understanding the relations between judgments of competence and warmth. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 899-913. doi:10.1037/0022-3514.89.6.899
- Jämställdhetsombudsmannen (1999). *Rekrytera utan att diskriminera: handbok från JämO*,

DO, HomO och Handikappombudsmannen. Stockholm.

Myers, D. G. (2007). *Social Psychology Ninth Edition*. New York. McGraw-Hill.

Ombudsmannen mot etnisk diskriminering (2001). *Råd till arbetsgivare för arbete för etnisk mångfald – att främja lika rättigheter och lika möjligheter oavsett etnisk eller religiös tillhörighet*. Stockholm.

Petersen, L-E., & Dietz, J. (2005). Prejudice and enforcement of workforce homogeneity as explanations for employment discrimination. *Journal of Applied Social Psychology*, 35, 144-159. Hämtad från <http://www.ivey.uwo.ca/faculty/Dietz-JASP.pdf>.

Ryan, A.M. & Tippins, N. T. (2004). Attracting and Selecting: What psychological research tells us. *Human Resource Management*, 43, 305-318. doi:10.1002/hrm.20026

Sidanius, J., Levin, S., Liu, J. & Pratt, F., (2000). Social dominance orientation, anti-egalitarianism and the political psychology of gender: An extension and cross-cultural replication. *European Journal of Social Psychology*, 30, 41-67. Hämtad från databasen Elin: <http://elin.lub.lu.se>

Appendix



Instruktion till deltagare i forskningsstudie

Institutionen för psykologi

Just nu läser vi vår kandidatkurs vid universitetet i Lund och håller på att samla in data till vår C-uppsats. Vi inriktar oss på en frågeställning som rör rekrytering och urval, och vi är väldigt glada för att du ställer upp och deltar i den undersökning som kommer att ligga till grund för uppsatsen.

Tänk dig nu att du ska rekrytera en person till ett jobb som marknadsförare hos ett medelstort företag.

Du kommer först att få del av den aktuella platsannonsen för tjänsten som marknadsförare, och sedan en lista med ett antal frågor, vilka skulle kunna ligga till grund för en anställningsintervju. Därefter kommer du att få ta del av tre fiktiva personers CV.

Din uppgift blir nu att skatta dessa frågor som du skulle kunna ställa till de sökande i en framtida intervjusituation. Frågorna skattas efter hur värdefulla de är i rekryteringen av en marknadsförare på ett företag i Lund. Efter detta kommer du att få skatta de CV:n som bifogas, beträffande hur anställningsbar du anser att personen är för jobbet.

Marknadsförare, Eriksons konsultfirma; Lund 080331

Eriksons konsultfirma söker en marknadsförare till kontoret i Lund.

Eriksons konsultfirma är ett företag med ca 50 anställda och en stor tillväxt. Som anställd hos oss blir du en av medlemmarna i ett välfungerande team på en av Sveriges mest attraktiva arbetsplatser. Hos oss på Eriksons konsultfirma eftersträvas hög trivsel och gemenskap för att på så sätt öka effektiviteten, samtidigt som det ska vara kul att komma till jobbet. Vi söker därför en person som delar företagets värderingar och riktlinjer; tillsammans blir vi starka! Vi ser det som en tillgång att sökande är flexibel och snabbt finner sin plats inom de olika gruppteamen.

Stor vikt kommer att läggas vid dina personliga egenskaper.

Huvudsakliga arbetsuppgifter:

- optimera vår lönsamhet genom en lämplig mix av tjänster och kunder
- intimt samarbeta med såväl kunder som säljbolag
- initiera och driva utvecklingsprojekt
- genomföra förhandlingar med såväl kommersiellt som tekniskt innehåll
- projektledning.

Skatta frågorna spontant utifrån deras lämplighet och användbarhet. Ditt uppdrag är som sagt att välja en ny medarbetare till Eriksons konsultfirma som passar in i verksamheten och motsvarar de krav som ställs i utlysningstexten ovan. Det är många sökande och det viktigaste är att den nya medarbetaren verkligen blir en del av arbetsteamet och passar in i verksamheten.

Marknadsförare, Eriksons konsultfirma; Lund 080331

Eriksons konsultfirma söker en marknadsförare till kontoret i Lund.

Eriksons konsultfirma är ett företag med ca 50 anställda och en stor tillväxt. Vår personalvision går ut på att söka rätt kunskap till rätt plats och därför har vi öppna dörrar till många olika sökande. Företaget eftersträvar en likställd rekryteringsprocess där alla har samma möjligheter att framföra sina kompetenser och kvalifikationer, såväl yrkesmässiga som personliga. I vår verksamhet är det prestationerna som räknas och detta betyder att nya kunskaper alltid är välkomna för att vi ska kunna förbättra oss, utvecklas och expanderas.

Vi är glada över att just du söker arbete hos oss!

Huvudsakliga arbetsuppgifter:

- optimera vår lönsamhet genom en lämplig mix av tjänster och kunder
- intimt samarbeta med såväl kunder som säljbolag
- initiera och driva utvecklingsprojekt
- genomföra förhandlingar med såväl kommersiellt som tekniskt innehåll
- projektledning.

Skatta frågorna spontant utifrån deras lämplighet och användbarhet. Ditt uppdrag är som sagt att välja en ny medarbetare till Eriksons konsultfirma. Tänk på att det är många sökande och att alla ska bemötas lika och bedömas efter samma kriterier.

1. Brukar du stötta och trösta personer du möter i ditt arbete som har det svårt?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

2. Brukar du ha mycket egna kreativa idéer och tankar att tillföra i diskussioner på din arbetsplats?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

3. Varför tror du att det är viktigt att vara tolerant och ödmjuk i jobbet som marknadsförare?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

4. Är du bra på att ta kreativa beslut i ditt arbete som leder till utveckling och förbättring?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

5. Brukar du vara den som tar tag i och löser problem som uppkommer på ditt arbete?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

6. Är du den som genom omsorg och stöd försöker förhindra att problem uppstår bland dina arbetskamrater

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

7. Har du lätt för att tappa humöret?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

8. Är du effektiv och noggrann i ditt arbete?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

9. Kan du förklara vikten av att ha en trevlig atmosfär på företaget?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

10. Hur skulle du reagera om någon kund agerade aggressivt och respektlöst mot dig?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

11. Är du speciellt kunnig inom ett visst område som du tror du kan ha användning av i denna tjänst?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

12. Vilka kunskaper från ditt tidigare arbetsliv tror du att du kommer att ha nytta av i denna tjänst?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

13. Hur skulle du reagera om du upptäckte att någon fuskade på arbetsplatsen?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

14. Hur kan man ha användning för ett bra ordningssinne och en noggrannhet i jobbet som marknadsförare?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

15. Visar du mycket omsorg och får folk att trivas på ditt arbete?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

16. Vad är viktigt att tänka på i kontakten med en kund i jobbet som marknadsförare?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

17. När har du svårt för att lära dig nya arbetsuppgifter?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

18. Är du duktig på krävande arbetsuppgifter där det fordras noggrannhet?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

19. Hur kan medkänsla och förståelse för andra människor vara en tillgång i arbetet som marknadsförare?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

20. Har du svårt för att acceptera åsikter som strider mot dina egna?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

21. Tycker du att hög moral och följandet av regler är viktigt i ditt arbete?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

22. Tycker du att de som inte sköter sina arbetsuppgifter är värd en andra chans?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

23. Känner du att du har tillräckligt med kunskaper för att avgöra hur du skall handla i krävande arbetssituationer?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

24. Brukar du hitta på egna lösningar på problem du stöter på i ditt arbete?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

25. Vilka egenskaper har du som gör dig till en bra marknadsförare?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

26. Är du vanligtvis en person som är behärskad och lugn i konfliktsituationer som dyker upp i ditt arbete?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

27. Är du organiserad och metodisk när du hanterar stora mängder information?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

28. Sysslar du med någon typ av stimulerande och utvecklande verksamhet på din fritid som du tror kan gynna dig som marknadsförare?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

29. Tänker du på att bemöta människor med olika ursprung lika i ditt arbete?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

30. Är du positivt inställd och tolerant mot andra kulturer och religioner än din egen?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

31. Har du någon specialistkunskap på något område som rör ekonomi?

inte alls lämplig 1 2 3 4 5 mycket lämplig

C V

J E N N Y A N D E R S S O N

PERSONUPPGIFTER

Namn: Jenny Andersson
 Född: 25 september, 1982
 Födelseort: Malmö

UTBILDNING

- **KY-utbildning AkadeMedia, Malmö** 2005-2006
 Konsultutbildning med inriktning mot personalrekrytering, 40p
- **Spyken, Lund** 1998-2001
 Estetiska programmet, gymnasium.

ARBETSLIVSERFARENHET

- **ICA City, Malmö** 2003-
 Kassaledare, kassör, påfyllare.
- **Malmö kommun** 2001-2003
 Teknisk service. Arbetsuppgifter: Administrera och upprätthålla kundregister för renhållning. Svara i telefon i vår kundtjänst. Sköta månads- och kvartalsfakturering, kundreskontra, inkassoärenden och bokföringsorder.

Till Eriksons konsultfirma

Angående tjänsten som Marknadsförare

Jag blev intresserad av arbetet som marknadsförare för att jag gillar att ha kontakt med olika människor. När jag gick på KY-utbildningen fick jag kunskaper om tjänsteförsäljning, ekonomi och marknadsföring, vilka jag tror kan bidra till en bra prestation som marknadsförare. Som person är jag väldigt noggrann och strukturerad och kan hålla många bollar i luften. Mina erfarenheter från Malmö kommun och ICA har gett mig möjlighet att utveckla min kommunikationsförmåga och min flexibilitet. På fritiden tycker jag om att läsa en bra bok och att ta långa promenader i skogen.

Jag hoppas att mina erfarenheter kan vara lämpliga för arbetet som marknadsförare. Mer specifik information om mig och mina erfarenheter hittar ni på mitt CV. Har ni några frågor så får ni gärna kontakta mig.

Med vänliga hälsningar
 Jenny Andersson

Med tanke på Cv:t du just har läst, besvara följande frågor (markera på skalan nedan).

Hur pass anställbar är personen?

inte alls
anställningsbar 1 2 3 4 5 6 7 8 9 mycket
anställningsbar

I vilken grad tycker du att den här personen har de rätta kvalifikationerna för jobbet som marknadsförare?

inte alls
anställningsbar 1 2 3 4 5 6 7 8 9 mycket
anställningsbar

I vilken grad tycker du att den här personen har de rätta egenskaperna för jobbet som marknadsförare?

inte alls
anställningsbar 1 2 3 4 5 6 7 8 9 mycket
anställningsbar

I vilken grad tycker du att den här personen passar in i företagets organisationsanda?

inte alls
anställningsbar 1 2 3 4 5 6 7 8 9 mycket
anställningsbar

CV

ROBERTO GARCIA

PERSONUPPGIFTER

Namn: Roberto Garcia
 Född: 18 november, 1981
 Födelseort: Malmö

UTBILDNING

- **Uppsala Universitet** 2002-2006
 Ekonomiprogrammet, 180hp. Inriktning mot marknadsföring och budgetering.
 Kandidatuppsats: "De nya tendenserna inom makroekonomi"
- **Lunds Universitet** 2002
 Ekonomisk historia grundkurs, 30hp
- **Lunds Universitet** 2001
 Kommunikation och retorik, 30hp
- **Katedralskolan, Lund** 1997-2000
 Samhällsvetenskapligt gymnasieprogram.

ARBETSLIVSERFARENHET

- **Optimera, Malmö** 2007-
 Försäljningsansvarig. Arbetsuppgifter: ansvarig för planering av säljprocessen i butiken, som innebär bl.a. marknadsbearbetning, telefonbokningar och offertframtagning.
- **IKEA Uppsala** 2003-2007
 Kassör och säljare. Extra jobb vid sidan om studierna. Arbetsuppgifter: ta emot betalningar, hjälpa kunderna i butikerna, försäljning och ansvar för lampavdelningen, påfyllning av varor.

Till Eriksons konsultfirma

Angående tjänsten som Marknadsförare

Tjänsten som marknadsförare verkar vara ett spännande och passande jobb för mig. Mitt intresse väcktes på grund av behovet av en säljinriktad person med affärsmässig förståelse. Under den tiden jag jobbade extra som säljare på IKEA Uppsala och även på Optimera i Malmö har jag fått lära mig att skapa relation med kunderna och samtidigt fokusera på företagets försäljningsmål. På fritiden är jag personlig assistent åt en handikappad pojke, samt spelar innebandy i ett korpenlag. Sedan 2005 är jag gift och vi har tre barn tillsammans.

Jag hoppas att mina erfarenheter kan vara lämpliga för arbetet som marknadsförare. Mer specifik information om mig och mina erfarenheter hittar ni på mitt CV. Har ni några frågor så får ni gärna kontakta mig.

Med vänliga hälsningar
 Roberto Garcia

CV

JONAS LAGERGREN

PERSONUPPGIFTER

Namn: Jonas Lagergren
 Född: 18 november, 1981
 Födelseort: Malmö

UTBILDNING

- **Uppsala Universitet** 2002-2006
 Ekonomiprogrammet, 180hp. Inriktning mot marknadsföring och budgetering.
 Kandidatuppsats: "De nya tendenserna inom makroekonomi"
- **Lunds Universitet** 2002
 Ekonomisk historia grundkurs, 30hp
- **Lunds Universitet** 2001
 Kommunikation och retorik, 30hp
- **Katedralskolan, Lund** 1997-2000
 Samhällsvetenskapligt gymnasieprogram.

ARBETSLIVSERFARENHET

- **Optimera, Malmö** 2007-
 Försäljningsansvarig. Arbetsuppgifter: ansvarig för planering av säljprocessen
 i butiken, som innebär bl.a. marknadsbearbetning, telefonbokningar och offertframtagning.
- **IKEA Uppsala** 2003-2007
 Kassör och säljare. Extra jobb vid sidan om studierna. Arbetsuppgifter: ta emot betalningar,
 hjälpa kunderna i butikerna, försäljning och ansvar för lampavdelningen, påfyllning av
 varor.

Till Eriksons konsultfirma

Angående tjänsten som Marknadsförare

Tjänsten som marknadsförare verkar vara ett spännande och passande jobb för mig. Mitt intresse väcktes på grund av behovet av en säljriktad person med affärsmässig förståelse. Under den tiden jag jobbade extra som säljare på IKEA Uppsala och även på Optimera i Malmö har jag fått lära mig att skapa relation med kunderna och samtidigt fokusera på företagets försäljningsmål. På fritiden är jag personlig assistent åt en handikappad pojke, samt spelar innebandy i ett korpenlag. Sedan 2005 är jag gift och vi har tre barn tillsammans.

Jag hoppas att mina erfarenheter kan vara lämpliga för arbetet som marknadsförare. Mer specifik information om mig och mina erfarenheter hittar ni på mitt CV. Har ni några frågor så får ni gärna kontakta mig.

Med vänliga hälsningar
 Jonas Lagergren

Med tanke på Cv: t du just har läst, besvara följande frågor (markera på skalan nedan).

Hur pass anställbar är personen?

inte alls anställningsbar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	mycket anställningsbar
------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

I vilken grad tycker du att den här personen har de rätta kvalifikationerna för jobbet som marknadsförare?

inte alls anställningsbar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	mycket anställningsbar
------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

I vilken grad tycker du att den här personen har de rätta egenskaperna för jobbet som marknadsförare?

inte alls anställningsbar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	mycket anställningsbar
------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

I vilken grad tycker du att den här personen passar in i företagets organisationsanda?

inte alls anställningsbar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	mycket anställningsbar
------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

CV

JONAS LAGERGREN

PERSONUPPGIFTER

Namn: Jonas Lagergren

Född: 21 maj, 1983

Födelseort: Västerås

UTBILDNING

- **Mittuniversitetet, Västerås** 2003-2006
Statsvetenskap, 180hp
- **Lunds Universitet** 2002
Medie- och kommunikationsvetenskap, grundkurs 30hp
- **S.t Sigfridsskolan, Uppsala** 1999-2002
Naturvetenskapligt gymnasieprogram.

ARBETSLIVSERFARENHET

- **Högåsens gruppboende, Västerås** 2004-2007
Vårdbiträde. Sommarjobb 3 mån var sommar. Arbetsuppgifter: Aktivera de boende, laga mat, städa och vissa administrativa uppgifter.
- **Hälsoteket, Lund** 2002-2003
Affärsbiträde. Arbetsuppgifter: stå i kassan, packa upp varor, informera kunderna om produktsortimentet.

Till Eriksons konsultfirma

Angående tjänsten som Marknadsförare

Jag tror att jobbet som marknadsförare passar mig bra eftersom att jag är en öppen och glad kille. Jag har jobbat inom många olika områden och har därför lätt för att anpassa mig och jobba i grupp. På fritiden gillar jag att laga mat, och umgås med mina vänner. Jag är också medlem i en basketförening och gillar att träna ganska ofta.

Jag ser fram emot att kunna träffa er personligen!

Med vänliga hälsningar
Jonas Lagergren

CV

ROBERTO GARCIA

PERSONUPPGIFTER

Namn: Roberto Garcia
Född: 21 maj, 1983
Födelseort: Västerås

UTBILDNING

- **Mittuniversitetet, Västerås** 2003-2006
Statsvetenskap, 180hp
- **Lunds Universitet** 2002
Medie- och kommunikationsvetenskap, grundkurs 30hp
- **S.t Sigfridsskolan, Uppsala** 1999-2002
Naturvetenskapligt gymnasieprogram.

ARBETSLIVSERFARENHET

- **Högåsens gruppboende, Västerås** 2004-2007
Vårdbiträde. Sommarjobb 3 mån var sommar. Arbetsuppgifter: Aktivera de boende, laga mat, städa och vissa administrativa uppgifter.
- **Hälsoteket, Lund** 2002-2003
Affärsbiträde. Arbetsuppgifter: stå i kassan, packa upp varor, informera kunderna om produktsortimentet.

Till Eriksons konsultfirma

Angående tjänsten som Marknadsförare

Jag tror att jobbet som marknadsförare passar mig bra eftersom att jag är en öppen och glad kille. Jag har jobbat inom många olika områden och har därför lätt för att anpassa mig och jobba i grupp. På fritiden gillar jag att laga mat, och umgås med mina vänner. Jag är också medlem i en basketförening och gillar att träna ganska ofta.

Jag ser fram emot att kunna träffa er personligen!

Med vänliga hälsningar
Roberto Garcia

Med tanke på Cv: t du just har läst, besvara följande frågor (markera på skalan nedan).

Hur pass anställbar är personen?

inte alls anställningsbar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	mycket anställningsbar
------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

I vilken grad tycker du att den här personen har de rätta kvalifikationerna för jobbet som marknadsförare?

inte alls anställningsbar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	mycket anställningsbar
------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

I vilken grad tycker du att den här personen har de rätta egenskaperna för jobbet som marknadsförare?

inte alls anställningsbar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	mycket anställningsbar
------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

I vilken grad tycker du att den här personen passar in i företagets organisationsanda?

inte alls anställningsbar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	mycket anställningsbar
------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

1. Minns du (utan att gå tillbaka och se efter) vad Eriksons konsultfirma hade för policy i fråga om rekrytering? Försök återge policyn med egna ord.

2. Vad tror du vårt syfte är med den här undersökningen?

3. Har du någon idé eller tanke om vilken vår forskningshypotes var, och i så fall vad?

Kvinna

Man

Ålder: _____

**Vi tackar så mycket för din medverkan!
Vänliga hälsningar Juliana Bosco & Linnéa Sandberg Fridh**