

Persoonlijkheidsoordelen op basis van het video-cv:

(g)een goed idee?

Catherine Apers*, Lien Wille, & Eva Deraus

Departement Personeelsbeleid, Arbeids- en Organisatiepsychologie, Universiteit Gent,

Henri Dunantlaan 2, 9000 Gent, België

*Correspondentieadres: Catherine Apers, Henri Dunantlaan 2, B-9000 Gent.

E-mail: catherine.apers@ugent.be

Refereren: Apers, C., Wille, L., & Deraus, E. (In press). Persoonlijkheidsoordelen op basis van het video-cv: (g)een goed idee? *GEDRAG & ORGANISATIE*.

Persoonlijkheidsoordelen op basis van het video-cv:

(g)een goed idee?

Samenvatting

Technologische ontwikkelingen leiden tot nieuwe werving- en selectie-instrumenten, zoals het video-cv. Een experimentele veldstudie onderzocht of recruiters de persoonlijkheid van sollicitanten op een meer accurate manier kunnen inschatten via een video-cv dan een geschreven cv. We baseren ons hiervoor op het 'realistic accuracy model' en de 'media richness theory'. Een 2 (type cv: geschreven versus. video) bij 2 (zelfpromotie: aanwezig versus afwezig) tussen-groepen design is hier gebruikt, waarbij 103 recruiters de persoonlijkheid van 3 kandidaten beoordeelden, gebaseerd op hun cv's. Daarnaast is onderzocht of zelfpromotie een verschillend effect heeft op de accuraatheidsoordelen in beide cv-types. In het algemeen kunnen recruiters de persoonlijkheid van sollicitanten niet accuraat inschatten op basis van cv's. Maar zoals verwacht, wordt extraversie accurater ingeschat via een video-cv dan een geschreven cv, vooral wanneer de sollicitant niet aan zelfpromotie doet. Implicaties worden besproken.

1 Introductie

Wereldwijd zijn cv's één van de meest gebruikte selectietools en is cv-screening de eerste stap die bepaalt welke sollicitanten worden weerhouden voor de volgende selectiefase. Vacaturesites reiken sollicitanten dan ook zoveel mogelijk tips aan om door de cv-screening te geraken. "Zet je persoonlijkheid in de kijker" (Vacature, 2013) en "Toon wie je bent in je cv" (Stepstone, 2016) zijn adviezen die suggereren dat een cv de persoonlijkheid van een sollicitant moet uitstralen. Onderzoek toont dat recruiters niet alleen biografische informatie uit het cv afleiden maar ook beoordelingen maken over de persoonlijkheid van sollicitanten (Burns, Christiansen, Morris, Periard & Coaster, 2014; Cole, Feild, Giles & Harris, 2009). Of recruiters er ook in slagen om de persoonlijkheid van sollicitanten op een *accurate* manier in te schatten, is een open vraag.

Het onderzoek naar de accuraatheid van persoonlijkheidsbeoordelingen is eerder beperkt en gericht op geschreven cv's. Technologische ontwikkelingen leiden tot nieuwe werving- en selectie- instrumenten, zoals het video-cv (Hiemstra, Deros & Born, 2015; Waung, Hymes & Beatty, 2014). Een *video-cv* is een korte video-opname (van 1 of 2 minuten) waarin een sollicitant zich presenteert aan mogelijke werkgevers en zijn/haar vaardigheden, kwalificaties en vorige werkervaringen toelicht (Hiemstra, Deros, Serlie & Born, 2012). In de 'engere' definitie van het video-cv, wordt er een verbaal overzicht gegeven van de biografische informatie die reeds aanwezig was in het geschreven cv. Daarnaast kunnen sollicitanten ook hun motivatie, kennis of andere karakteristieken meer in de verf zetten (Hiemstra & Deros, 2015). In de meest brede definitie van het video-cv kunnen sollicitanten ook hun vaardigheden demonstreren (bijv. Spaans spreken). In deze studie hanteren we de 'engere' visie op video-cv's. Het grootste verschil tussen een geschreven cv en video-cv is dan dat een video-cv bestaat uit visuele en auditieve informatie over de sollicitant. Maar net zoals bij geschreven cv's, wordt

informatie in een video-cv aangeboden op een asynchrone manier, wat wil zeggen dat de recruiter de informatie plaats- en tijdsafhankelijk kan raadplegen (Hiemstra et al., 2015).

Arbeidsbemiddelaars en vacaturesites promoten het gebruik van video-cv's omdat video-cv's sollicitanten een aantal voordelen kunnen opleveren. Het gebruik van video-cv's zou sollicitanten toelaten om zich beter te onderscheiden van andere sollicitanten. Zo zouden sollicitanten de eigen kwaliteiten op een meer originele manier in de verf kunnen zetten en naast talenten en motivatie ook hun persoonlijkheid beter kunnen uitspelen in video-cv's dan in geschreven cv's (zie bijv. www.vdab.be/jobs/cv/cvfilmpje.shtml). Enerzijds, reiken video-cv's meer cues aan waaruit men de persoonlijkheid van een sollicitant zou kunnen afleiden, maar anderzijds kan een sollicitant ook meer gebruik maken van 'oneigenlijke cues' (bijv. zelfpromotie) om zich voor te stellen (bijv. 'imago pimpen') waardoor het voor een recruiter juist moeilijker wordt om persoonlijkheid accuraat in te schatten. Of recruiters meer of minder accurate inschattingen van iemands persoonlijkheid kunnen maken op basis van video-cv's in vergelijking met geschreven cv's is –voor zover ons bekend– nog niet eerder onderzocht en wordt hier bestudeerd.

Wanneer nieuwe werving- en selectie-instrumenten gebruikt worden, is er volgens Lievens en Harris (2003) behoefte aan onderzoek naar de theoretische, psychometrische en praktische waarde van deze nieuwe instrumenten (zoals video-cv's) alsook de equivalentie met traditionele instrumenten (zoals geschreven cv's). In lijn met deze suggestie, is het doel van deze studie tweevoudig. Eerst onderzoeken we op basis van het 'realistic accuracy model' (RAM; Funder, 1995) en de 'media richness theory' (MRT; Daft & Lengel, 1986) of recruiters via het screenen van (geschreven/video) cv's een accuraat beeld kunnen vormen over de persoonlijkheid van sollicitanten. Vervolgens gaan we na of het effect van type cv op de mate waarin recruiters zich een accuraat beeld vormen van de persoonlijkheid van sollicitanten afhankelijk is van de mate van zelfpromotie (een zelfpresentatietactiek) van sollicitanten.

2 Literatuur

Onderzoek naar de equivalentie van geschreven cv's en video-cv's is beperkt en het onderzoek dat hiernaar gevoerd is, kijkt vooral naar verschillen in beoordelingen, zoals de algemene baangeschiktheid van een sollicitant of de kans om uitgenodigd te worden voor een selectiegesprek (bijv. Waung, Hymes, Beatty & McAuslan, 2015). Heel wat minder aandacht wordt besteed aan de *accuraatheid* van oordelen. Accuraatheid is echter een belangrijk criterium om uitspraken te doen over de psychometrische waarde van een meetinstrument en dus belangrijk om te bestuderen in de context van werving en selectie.

2.1 Accuraatheid

Accuraatheid is een complex begrip en wat onder accuraatheid verstaan wordt, hangt af van de benaderingswijze. De accuraatheid van persoonsoordelen wordt doorgaans vanuit twee grote benaderingen bestudeerd, namelijk de componentiële en correlationele benaderingen. Bij *componentiële benaderingen* (bijv. Judd & Park, 1993; Kenny, 1994) worden vergelijkingen opgesteld (bijv. regressiemodellen) op basis van de verschillende deelcomponenten of bronnen die variabiliteit in accuraatheid beïnvloeden. De accuraatheid waarmee een oordeel geveld wordt, is de resultante van de mate waarin alle deelcomponenten accuraat ingeschat kunnen worden. Accurate persoonlijkheidsinschattingen zijn bijvoorbeeld het resultaat van een vergelijking waarin zowel kenmerken van de beoordelaar (zoals recruiter), kenmerken van de testomgeving (zoals meetinstrument), kenmerken van de 'target' persoon (d.w.z. de persoon die beoordeeld wordt, zoals een sollicitant) en de interactie van al deze componenten opgenomen worden (bijv. Kenny's 'social relations model', 1994). Componentiële benaderingen zijn dus 'verklarende modellen' die proberen te verklaren *waarom en hoe* we tot een (in)accurate inschatting komen van bijvoorbeeld iemands persoonlijkheid.

Correlationele benaderingen (Funder, 1995) verschillen van componentiële benaderingen op twee belangrijke wijzen. Ten eerste, beantwoorden correlationele modellen de vraag *of* een

beoordeling accuraat is en niet per se waarom deze beoordeling accuraat is. Correlationele benaderingen zijn dus meer ‘beschrijvend’ van aard. Hierbij zoomen ze vaak in op enkele *deelcomponenten* (bijv. ze bestuderen enkel kenmerken van de testomgeving of de ‘target’ persoon die beoordeeld wordt) en maken ze geen exhaustieve vergelijkingen van alle mogelijke deelcomponenten. Ten tweede, bestuderen correlationele benaderingen *verbanden* tussen algemene percepties (zoals het oordeel van een recruiter over iemands persoonlijkheid) en een extern criterium (zoals het gedrag van een sollicitant of hoe anderen de persoonlijkheid van deze sollicitant inschatten).

Binnen de correlationele benadering –waarbij criterium-gerelateerde validiteit centraal staat– zijn er verder nog twee dominante perspectieven te onderscheiden, namelijk het perspectief van ‘voorspelling’ en het perspectief van ‘overeenstemming’ (Carney, Colvin & Hall, 2007). Het *voorspellingsperspectief* beschouwt een oordeel als accuraat wanneer aan de hand van dat oordeel gedrag kan voorspeld worden (Funder, 2012). Bijgevolg wordt accuraatheid in dit perspectief omschreven als de relatie tussen een oordeel over een persoon en een uitkomst of attribuut van die persoon (Carney et al., 2007) en wordt dit perspectief vooral gebruikt in studies naar predictieve validiteit, waarbij accuraatheid wordt weergegeven via een predictieve validiteitscoëfficiënt. Het *overeenstemmingsperspectief* spreekt over accuraatheid als er overeenstemming is tussen een evaluatie van verschillende personen over éénzelfde construct (Carney et al., 2007). Volgens Funder (2012) kan men op verschillende manieren tot overeenstemming komen afhankelijk van wie de beoordelaars zijn. De methode die het meest gebruikt wordt, is de methode van de ‘zelf-ander’ overeenkomst. Deze methode verwijst naar de mate waarin een zelfbeoordeling (door de ‘target’ persoon zoals bijv. de sollicitant) overeenkomt met de beoordelingen die gemaakt zijn door andere beoordelaars (ander-beoordeling). Naast de ‘zelf-ander’ overeenkomst, bestaat de methode van de ‘ander-ander’ overeenkomst. Een ‘ander-ander’ overeenkomst gaat over de overeenstemming tussen de

evaluaties van minstens twee verschillende beoordelaars (bijv. twee verschillende recruiters of bijv. een kennis en een recruiter) over dezelfde ‘target’ persoon (bijv. sollicitant).

In deze studie ligt de focus op het *overeenstemmingsperspectief* waarbij gekeken wordt naar de overeenkomst tussen de percepties of het oordeel van de sollicitant gecombineerd met dat van kennissen van de sollicitant enerzijds en de recruiter anderzijds inzake persoonlijkheid. Volgens het overeenstemmingsperspectief zullen de oordelen van een recruiter accurater zijn wanneer er een grotere overeenstemming is in de evaluatie van recruiter en de gecombineerde evaluatie van de sollicitant en zijn/haar kennissen.

Een relevant model om na te gaan hoe accurate persoonlijkheidsoordelen tot stand komen binnen deze correlationele benaderingswijze van accuraatheid, is het RAM-model (Funder, 1995). Het RAM-model is een adaptatie van het ‘lens model’ van Brunswik (1952) voor specifieke gevallen van sociale perceptie, zoals het beoordelen van iemands persoonlijkheid of andere persoonskenmerken. Volgens het RAM-model ontstaat accuraatheid wanneer (1) *relevante informatie* afgeleid kan worden uit een bepaalde informatiebron (bijv. op basis van een persoonlijkheidsvragenlijst kan men uitspraken doen over iemands persoonlijkheid maar niet over iemands intelligentie), (2) deze informatie *voldoende beschikbaar* is via deze informatiebron (bijv. een persoonlijkheidsvragenlijst moet een minimaal aantal items hebben om betrouwbaar te zijn; Kruey, 2015), (3) deze informatie *effectief gedetecteerd kan worden* door een beoordelaar (bijv. de beoordelaar is fysiek in staat om een oordeel te vellen op basis van de informatiebron) en (4) deze informatie *op een correcte manier door een beoordelaar geïnterpreteerd wordt* (bijv. een beoordelaar heeft de nodige kennis en vaardigheden om resultaten van persoonlijkheidsvragenlijsten te interpreteren; Funder, 2001).

Volgens het RAM-model, hebben de eerste twee elementen (nl. relevantie en beschikbaarheid van informatie) te maken met kenmerken van de omgeving (bijv. eigenschappen van selectie-instrumenten en sollicitanten), terwijl de laatste twee elementen (nl. detectie en interpretatie) te

maken hebben met kenmerken van de beoordelaar en het beoordelingsproces (bijv. of een recruiter fysiek/mentaal in staat is om persoonlijkheidstrekken te detecteren en correct te interpreteren). Figuur 1 is een schematische voorstelling van het RAM-model, toegepast op werving- en selectieprocedures. Voortbouwende op het RAM-model, focussen we in deze studie vooral op de eerste twee elementen van het RAM-model: kenmerken van een selectie-instrument (nl. geschreven versus video-cv) en de kenmerken van de beoordeelde (nl. zelfpromotie of geen zelfpromotie) om na te gaan in welke mate recruiters accurate persoonlijkheidsoordelen kunnen maken op basis van geschreven cv's versus video-cv's (zie stippellijn in Figuur 1). De laatste twee elementen van het RAM-model die kenmerken van de beoordelaar en het beoordelingsproces bestuderen, worden hier niet onderzocht. In de volgende paragraaf, zoomen we eerst in op kenmerken van cv's en accuraatheid om vervolgens zelfpresentatietactieken van sollicitanten te bespreken.

[Figuur 1 ongeveer hier]

2.2 *Geschreven cv's, video-cv's en accuraatheid*

Een eerste kenmerk van het RAM-model, *relevantie*, gaat over de mate waarin persoonlijkheidstrekken afgeleid kunnen worden uit informatie in een (geschreven/video) cv. Is het (geschreven/video) cv met andere woorden een goede drager of een goed medium om trekrelevante informatie over te brengen? Cole, Feild en Giles (2003b) argumenteerden, gebaseerd op het ecologiemodel van Mael (1991)¹, dat een cv een opsomming is van trekrelevante elementen (zoals iemands studierichting, werkervaring, hobby's) die iemands persoonlijkheid kunnen reflecteren. Empirische bevindingen tonen dat recruiters persoonlijkheid afleiden uit geschreven cv's (Cole, Feild & Giles, 2003a; 2003b). Ook Burns et al. (2014) onderzochten de mate waarin recruiters persoonlijkheid afleiden op basis van diverse cv-kenmerken. De persoonlijkheidstrekken die het meest afgeleid werden op basis van cv-kenmerken, waren consciëntieusheid, intellect en extraversie.

Recent publiceerden Waung et al. (2014) een overzicht van cues in geschreven en video-cv's waaruit de Big Five persoonlijkheidstrekken afgeleid kunnen worden (zie Bijlage 1 voor een aangepast overzicht). Verder vonden Waung et al. (2014) verschillen in trekbeoordelingen voor de persoonlijkheidstrek 'extraversie' wanneer video-cv's vergeleken werden met geschreven cv's. Extraversie werd –net zoals een aantal andere persoonskenmerken als sociale vaardigheden en mentale capaciteiten– *lager* beoordeeld op basis van video-cv's in vergelijking met equivalente, geschreven cv's. Omwille van deze bevinding (nl. dat sollicitanten in het algemeen minder goed beoordeeld worden op diverse persoonskenmerken wanneer ze gebruik maken van video-cv's dan wanneer ze gebruik maken van geschreven cv's) adviseren deze auteurs om voorzichtig te zijn met video-cv's.

Persoonlijkheid afleiden en beoordelen op basis van cv-kenmerken betekent nog niet dat men persoonlijkheid ook *accuraat* kan beoordelen op basis van deze cv-kenmerken. Diverse auteurs toonden aan dat de accuraatheid van persoonlijkheidsbeoordelingen afhankelijk is van het type trek met de meest valide persoonlijkheidsbeoordelingen voor de persoonlijkheidstrek extraversie (Cole et al., 2009; Cole, Feild & Stafford, 2005). Deze bevindingen zijn gebaseerd op geschreven cv's, maar in de context van video-cv's is hier –voor zover ons bekend– nog geen onderzoek naar gedaan (Author, 2015; Hiemstra et al., 2015).

Op basis van op video opgenomen sociale interacties tussen studenten, vonden Carney et al. (2007) dat extraversie accurater werd beoordeeld dan de vier andere persoonlijkheidstrekken van de Big Five. Daarnaast toonde ook een studie van Schmid-Mast, Bangerter, Bulliard en Aerni (2011) dat extraversie het meest accuraat werd beoordeeld in een gesimuleerde interviewcontext, waarbij beoordelaars de persoonlijkheid van studenten beoordeelden op basis van op video opgenomen interviews. Ook volgens Funder (2012) speelt het soort trek dat beoordeeld wordt mee in het al dan niet vormen van een accuraat oordeel. Sommige trekken, waaronder extraversie, zijn volgens hem makkelijker af te leiden omwille van een grotere

hoeveelheid aan trekrelevante cues die tentoongespreid kunnen worden (Funder & Sneed, 1993; zie ook Bijlage 1 voor een overzicht van cues per trek).

Een tweede element van het RAM-model dat accurate persoonlijkheidsoordelen in de context van cv-screening kan beïnvloeden, is de *beschikbaarheid* van trekrelevante informatie. Volgens Funder (2012) speelt zowel de kwantiteit als de kwaliteit van de informatie een belangrijke rol in het vormen van accurate oordelen. Hoe *meer informatie* beschikbaar wordt, hoe groter de kans op accurate oordelen. Daarnaast is ook de aard van de informatie bepalend. Naarmate meer *rijke informatie* gebruikt kan worden om een oordeel op te baseren, vergroot de kans op accuraatheid (Funder, 2012). Zo kan, bijvoorbeeld, een persoonlijkheidstrekk als extravertie ook afgeleid worden op basis van iemands fysieke verschijning (Lorenzo, Biesanz & Human, 2010) of op basis van iemand stem (Zuckerman & Sinicropi, 2011) en niet alleen op basis van het type en aantal extracurriculaire activiteiten in een (geschreven) cv (Burns et al., 2014; Cole et al., 2009; zie Bijlage 1).

Een theorie die past bij deze laatste assumptie is MRT (Daft & Lengel, 1986). De MRT plaatst verschillende soorten media op een continuüm naargelang de informatierijkdom van deze media. Media met meer verschillende cues (zoals tekst, geluid, beelden of non-verbaal gedrag) scoren hoog op het continuüm van informatierijkdom. Voortbouwende op het RAM-model en de MRT zal de accuraatheid van (bepaalde) persoonlijkheidsoordelen toenemen wanneer meer rijke informatie over een target persoon wordt weergegeven. Type cv's kunnen geplaatst worden op dit continuüm van informatierijkdom. Geschreven cv's (op papier of elektronisch) bestaan enkel uit tekst en eventueel uit een foto van de sollicitant terwijl video-cv's bestaan uit verbaal en non-verbaal gedrag. Ook stemgeluid en intonatie worden gedeeld via een video-cv. Bijgevolg scoren video-cv's hoger op het continuüm van informatierijkdom dan geschreven cv's.

Video-cv's bieden zowel vanuit theoretisch als empirisch oogpunt de mogelijkheid om tot meer accurate oordelen te komen dan geschreven cv's aangezien video-cv's meer verschillende en rijkere cues tonen aan de beoordelaar. Zo vonden Borkenau en Liebler (1992) dat de accuraatheid van persoonlijkheidsinschattingen zoals extraversie, geoperationaliseerd als de mate van overeenstemming tussen ander- en zelfbeoordelingen, groter was wanneer de externe beoordelaars een video zagen met geluid, dan wanneer ze dezelfde video zagen zonder geluid of een stilstaand beeld van de te beoordelen persoon. Samengevat, verwachten we op basis van bovenstaande bevindingen en theorieën (RAM; MRT) dat de persoonlijkheidstrek *extraversie* accurater ingeschat zal worden op basis van video-cv's dan op basis van geschreven cv's. Dit leidt tot de volgende hypothese:

Hypothese 1: Extraversie wordt accurater door recruiters ingeschat in een video-cv dan in een geschreven cv (H1a). Voor de overige persoonlijkheidstreken worden zowel in het video-cv als in het geschreven cv even (in)accurate scores verwacht (H1b).

Volgens het RAM-model wordt de accuraatheid van een persoonlijkheidsinschatting niet alleen bepaald door kenmerken van selectie-instrumenten (bijv. type cv zoals geschreven versus video-cv) maar ook door kenmerken van de 'target' persoon (d.w.z. de persoon die beoordeeld wordt), zoals de mate van zelfpresentatie door een sollicitant.

2.3 Zelfpresentatie en accuraatheid

Zelfpresentatietactieken of impressiemanagementtactieken (Schlenker, 1980) worden omschreven als het geheel van technieken die een persoon kan gebruiken om een positieve indruk te maken op anderen in een sociale situatie. Werving- en selectieprocedures zijn sociale situaties die zich bij uitstek lenen voor het gebruik van zelfpresentatietactieken, zowel door sollicitanten (Barrick, Shaffer & DeGrassi, 2009) als door recruiters (Buijsrogge, Derous &

Duyck, 2016; Buijsrogge, Duyck & Derous, 2015; Wilhelmy, Kleinmann, König, Melchers & Truxillo, 2016). In deze studie bestuderen we effecten van zelfpresentatie in (geschreven/video) cv's op oordelen van recruiters over sollicitanten.

Tijdens een selectieprocedure willen sollicitanten doorgaans een zo positief mogelijke indruk over zichzelf nalaten en hiervoor kunnen ze gebruik maken van diverse verbale en non-verbale tactieken (Ellis, West, Ryan & DeShon, 2002; Stevens & Kristof, 1995; Tsai, Chen & Chiu, 2005; Van Iddekinge, McFarland & Raymark, 2007). Binnen de verbale zelfpresentatietactieken wordt verder een onderscheid gemaakt naar defensieve en assertieve tactieken (Ellis et al., 2002). Een sollicitant gebruikt *defensieve tactieken* wanneer hij/zij een bepaald beeld dat anderen van hem/haar hebben, probeert te 'herstellen' of te 'beschermen'. Zo kan een sollicitant zich bijvoorbeeld verontschuldigen voor een bepaald gedrag of negatief resultaat ('apologies'). Maar tijdens een werving- en selectieprocedure maken sollicitanten vooral gebruik van *assertieve tactieken* waarbij ze op een proactieve manier een positieve indruk proberen te maken op een recruiter. Assertieve tactieken kunnen volgens Kacmar en Carlson (1999) gericht zijn op de sollicitant ('zelfgerichte' zelfpresentatie) of op de recruiter ('andergerichte' zelfpresentatie). Bij andergerichte tactieken zal een sollicitant een recruiter naar de mond praten, vleien of diens gedrag en waarden 'spiegelen'. Bij zelfgerichte tactieken zal een sollicitant de eigen competenties en verwezenlijkingen (terecht of onterecht) in de verf zetten om een zo positief mogelijke indruk na te laten op anderen. Eén van de belangrijkste zelfgerichte impressiemanagementtactieken is 'zelfpromotie' waarbij een sollicitant verschillende technieken kan gebruiken zoals positieve uitlatingen over de eigen competenties ('self-promoting utterances'), het opstrijken van de eer voor een bepaald positief resultaat of gebeurtenis, ook al is dit onterecht ('entitlements'), het doen geloven dat het eigen aandeel in een positieve gebeurtenis groter is dan men denkt ('enhancements') en beweren dat men

obstakels om een bepaald doel te bereiken, heeft kunnen omzeilen door eigen inzet ('overcoming obstacles') (Ellis et al., 2002).

Het meeste onderzoek naar zelfpresentatie en zelfpromotie in het bijzonder gebeurt in de context van het selectie-interview. Zelfgerichte tactieken zoals zelfpromotie zouden het meest gebruikt worden door sollicitanten in gedragsgerichte interviews (Peeters & Lievens, 2006) en ook effectiever zijn dan andergerichte tactieken (Ellis et al., 2002; Proost, Schreurs, De Witte & Derous, 2010). Sollicitanten gebruiken ook zelfpromotie wanneer ze geschreven cv's opstellen (Bischof, 2006; Kaplan & Fisher, 2009; Marcoux, 2006), al blijkt het onderzoek naar zelfpromotie in geschreven cv's erg beperkt en zijn de resultaten niet eenduidig: sommige studies tonen hogere baangeschiktheidsoordelen (Bright & Hutton, 2000; Knouse, 1994; Thoms, McMasters, Roberts & Dombkowski, 1999), andere studies tonen lagere baangeschiktheidsoordelen na zelfpromotie in geschreven cv's (Knouse, Giacalone & Pollard, 1988). Waung et al. (2015) onderzochten video-cv's en vonden dat vrouwelijke sollicitanten in vergelijking met even competente, mannelijke sollicitanten lagere baangeschiktheidsoordelen kregen op basis van video-cv's, en dat dit effect groter was wanneer ze in sterkere mate aan zelfpromotie deden. Het gebruik van zelfpromotie had echter geen effect op de beoordeling van mannelijke sollicitanten. Al deze studies bestuderen effecten van zelfpromotie op baangeschiktheidsoordelen en kijken niet naar de accuraatheid van oordelen (zoals bijv. persoonlijkheidsoordelen).

Omdat zelfpromotie per definitie een manier is om de eigen sterktes –terecht of onterecht– in de verf te zetten (Ellis et al., 2002), is het waarschijnlijk moeilijker om accurate persoonlijkheidsoordelen te vellen als een sollicitant zelfpromotie gebruikt dan wanneer een sollicitant geen zelfpromotie gebruikt. Voor recruiters blijkt het doorgaans erg moeilijk om te achterhalen of deze zelfpromotie al dan niet terecht is (zie Roulin, Bangerter & Levashina, 2015

voor een voorbeeld in de context van het selectie-interview). Op basis van bovenstaande bevindingen en Hypothese 1, veronderstellen we:

Hypothese 2: Extraversie wordt accurater ingeschat wanneer kandidaten geen gebruik maken van zelfpromotie dan wanneer ze wel gebruik maken van zelfpromotie.

Video-cv's zijn een rijker medium dan geschreven cv's (er zijn namelijk meer verschillende soorten cues in een video-cv dan in een geschreven cv; zie hoger). Hierdoor zou zelfpromotie bij video-cv's in vergelijking met geschreven cv's een ander effect kunnen hebben op recruiters en de mate waarin persoonlijkheid –en extraversie in het bijzonder– accuraat ingeschat wordt. Enerzijds zou het gebruik van zelfpromotie in een video-cv tot minder accurate beoordelingen kunnen leiden dan in geschreven cv's omdat zelfpromotie *meer kan opvallen* in video-cv's dan in geschreven cv's. Anderzijds zou zelfpromotie in een geschreven cv juist tot minder accurate beoordelingen kunnen leiden omdat geschreven cv's een meer feitelijke weergave zijn van iemands loopbaan. Zelfpromotie kan dus als meer 'ongepast' of 'onnatuurlijk' beschouwd worden in een geschreven cv dan in een motivatiebrief, sollicitatiegesprek of video-cv. Ook zou zelfpromotie in een geschreven cv juist sterker kunnen opvallen en zo tot minder accurate scores kunnen leiden in vergelijking met meer 'rijke' media zoals video-cv's. Omdat de voorspellingen inzake effecten van type cv en zelfpromotie uiteen lopen, formuleren we de volgende onderzoeksvraag:

Onderzoeksvraag: Modereert zelfpromotie de relatie tussen type cv (geschreven versus video-cv) en accuraatheid van extraversiebeoordelingen door recruiters en zo ja, op welke manier?

3 Methode

3.1 Steekproef

Aan de studie namen 103 deelnemers deel, die ervaring hadden met het werven en selecteren van sollicitanten (verder ‘recruiters’ genoemd). De recruiters zijn geworven via het persoonlijke en professionele netwerk van de onderzoekers. Er is tevens gevraagd aan recruiters om de studie door te sturen naar andere recruiters. In totaal participeerden 74 vrouwen en 29 mannen. De gemiddelde leeftijd was 35.37 jaar ($SD = 10.43$) en de gemiddelde werkervaring als recruiter bedroeg 8.51 jaar ($SD = 9.72$).

3.2 Design en Procedure

Wat het design betreft, maakte de studie gebruik van een 2 (type cv: geschreven versus video) bij 2 (zelfpromotie: aanwezig versus afwezig) tussen-groepen design waarbij de accuraatheid van de persoonlijkheidsbeoordeling de afhankelijke variabele was. De recruiters werden at random toegewezen aan één van de vier condities waarbij 36 recruiters geschreven cv’s zonder zelfpromotie kregen, 30 geschreven cv’s met zelfpromotie, 19 video-cv’s zonder zelfpromotie en 18 video-cv’s met zelfpromotie. Er was geen verschil tussen de recruiters in de verschillende condities wat betreft leeftijd, $F(3, 99) = 0.32$, $p = .81$, geslacht, $\chi^2(3) = 3.04$, $p = .39$, en werkervaring, $F(3, 99) = 1.27$, $p = .29$.

De procedure verliep als volgt: voordat de studie plaatsvond, werd het materiaal ontwikkeld en uitgetest. Eerst werden drie sollicitanten geselecteerd (Voorstudie 1). Vervolgens werden op basis van het cv van de sollicitanten vier cv-versies ontwikkeld (geschreven cv zonder zelfpromotie; geschreven cv met zelfpromotie; video-cv zonder zelfpromotie; video-cv met zelfpromotie) voor elk van de sollicitanten en werden deze versies verder getest in Voorstudies 2, 3 en 4. Tot slot werden recruiters gecontacteerd via e-mail om deel te nemen aan de studie. De recruiters vulden een ‘informed consent’ in bij aanvang van de studie. Vervolgens kreeg elke recruiter drie cv’s te zien (vanuit dezelfde conditie) waarna hij/zij de persoonlijkheid van

elke sollicitant beoordeelde. In de volgende paragraaf worden het materiaal en de vier voorstudies kort beschreven. De tabel in Bijlage 2 vat de vier voorstudies schematisch samen.

3.3 Materiaal en Voorstudies

Sollicitanten (Voorstudie 1): Drie sollicitanten werden op zo een manier geselecteerd dat leeftijd (20-25 jaar), geslacht (man), etniciteit (West-Europees/Kaukasisch) en fysieke aantrekkelijkheid (Voorstudie 1, zie Bijlage 2) constant bleven. Het geslacht van de sollicitant werd constant gehouden in deze studie omdat het effect van zelfpromotie afhankelijk kan zijn van het geslacht van de sollicitant (Waung et al., 2015). Omdat de fysieke aantrekkelijkheid van sollicitanten verder een invloed kan hebben op hoe recruiters hen beoordelen (bijv. Hosoda, Stone-Romero & Coats, 2003; Tews, Stafford & Zhu, 2009), werd ook de fysieke aantrekkelijkheid van de sollicitanten gelijk gehouden. Alle sollicitanten hadden een opleiding die geschikt was voor de in de vacature vereiste opleiding (nl. marketing manager).

Verder werd de persoonlijkheid van elke sollicitant gemeten door het combineren van een zelfrapporteringsmaat en persoonlijkheidsbeoordelingen van drie kennissen (zie voor een gelijkaardige aanpak: Letzring, Wells & Funder, 2006; Schmid-Mast et al., 2011). We kozen voor deze werkwijze omdat het combineren van verschillende bronnen van informatie de validiteit van de meting van een construct verbetert (Sackett & Lievens, 2008). Bovendien blijken individuen ook accurate informatie te kunnen geven over de persoonlijkheid van andere individuen die ze kennen (Kluemper, McLarty & Bing, 2015; Oh, Wang & Mount, 2011). Om na te gaan of de kennissen de sollicitanten goed genoeg kenden, werd gevraagd hoe vaak ze de sollicitant zien (1 = *helemaal niet vaak* tot 7 = *helemaal vaak*), hoe vaak ze communiceren met de sollicitant (1 = *helemaal niet vaak* tot 7 = *helemaal vaak*) en hoe goed ze de sollicitant kennen (1 = *helemaal niet goed* tot 7 = *zeer goed*). De resultaten gaven aan dat de kennissen de sollicitanten vaak zien ($M = 5.89$, $SD = 1.54$), ze vaak met hen communiceren ($M = 6.22$, $SD = 0.97$) en hen zeer goed kennen ($M = 6.56$, $SD = 0.53$). Bijgevolg werd een gemiddelde score

van de zelfrapporteringsmaat inzake persoonlijkheid en de persoonlijkheidsbeoordelingen door kennissen berekend (zie verder). Deze gemiddelde (gecombineerde) score werd beschouwd als de criteriumscore waarmee de persoonlijkheidsbeoordelingen gegeven door de recruiters werden vergeleken om na te gaan hoe accuraat recruiters de persoonlijkheid van de sollicitanten konden beoordelen (zie 2.1 en 4).

Cv's (Voorstudies 2-4): Vier cv's (nl. geschreven cv zonder zelfpromotie, geschreven cv met zelfpromotie, video-cv zonder zelfpromotie en video-cv met zelfpromotie) werden ontwikkeld voor elk van de drie geselecteerde sollicitanten op basis van hun eigen cv's. De inhoud van de cv's zonder zelfpromotie alsook de inhoud van de cv's met zelfpromotie waren identiek, enkel het medium verschilde: de geschreven cv's omvatten geschreven informatie en een foto van de sollicitant, terwijl de video-cv's een opgenomen video waren (zie Bijlagen 3 en 4 voor een voorbeeld van een geschreven cv en een transcript van een video-cv). De drie sollicitanten droegen dezelfde verzorgde kledij op de foto horende bij het geschreven cv en in het video-cv. Verder werd ook de lay-out en het design van de geschreven cv's constant gehouden omdat het grafisch design van een geschreven cv een invloed kan uitoefenen op evaluaties en beslissingen van recruiters (Arnulf, Tegner & Larssen, 2010). Zelfpromotie werd door de sollicitanten zelf aan hun cv's toegevoegd. Hiervoor kregen ze eerst enkele voorbeelden van zelfpromotie-uitspraken te zien, waarna ze zelf uitspraken aan hun cv's toevoegden. Bijvoorbeeld: "Voor alle problemen die mijn pad kruisen, vind ik een creatieve en onfeilbare oplossing", "Mijn ongeëvenaarde motivatie en onuitputtelijke energie maken dat ik graag constant bezig ben" en "Mijn vele exceptionele vaardigheden zorgen ervoor dat ik een onschatbare meerwaarde zal betekenen voor uw bedrijf".

Voor zowel de geschreven cv's (Voorstudie 2) als de video-cv's (Voorstudie 3) werd de equivalentie van de cv's en de mate van zelfpromotie getoetst. Voorstudies 2 en 3 toonden dat

zowel de geschreven cv's als de video-cv's onderling equivalent waren en dat de manipulatie van zelfpromotie geslaagd was in beide types cv.

Tot slot toonde Voorstudie 4 dat er in de geschreven en de video-cv's trekrelevante cues aanwezig waren waaruit persoonlijkheid afgeleid kon worden.

3.4 Meetinstrumenten

Persoonlijkheid werd gemeten met behulp van de IPIP vragenlijst (50 items; Goldberg, 1992) bestaande uit extraversie (10 items, $\alpha = .86$), vriendelijkheid (10 items, $\alpha = .83$), emotionele stabiliteit (10 items, $\alpha = .83$), consciëntieusheid (10 items, $\alpha = .67$) en intellect (10 items, $\alpha = .82$). Alle items werden beoordeeld op een 5-puntenschaal van 1 (*helemaal niet akkoord*) tot 5 (*helemaal akkoord*). Op basis van de ruwe items (waarbij negatieve items gehercodeerd werden conform de IPIP handleiding), werden gemiddelde scores per persoonlijkheidstrek berekend, zowel voor de rapportering door de sollicitant, de beoordeling door de drie kennissen, als de beoordeling door de recruiters. Vervolgens werd een gemiddelde score van de rapportering door de sollicitant en de persoonlijkheidsbeoordelingen door drie kennissen berekend (Schmid-Mast et al., 2011). Deze gecombineerde score is de criteriumscore waarmee de beoordeling door de recruiters wordt vergeleken. Een manier om de accuraatheid van persoonlijkheidsoordelen te meten, is door de overeenkomst tussen evaluaties van verschillende beoordelaars te bekijken. Deze overeenkomst kan uitgedrukt worden in ICC_{DE}'s, intraclass correlation double entry. McCrae (2008) vergeleek verschillende methoden om overeenkomsten tussen oordelen te bepalen en concludeerde dat zowel op het trekniveau als op het facetniveau ICC_{DE} de beste methode is in vergelijking met andere methoden, zoals Pearsons r , of Cattells r_p . ICC_{DE}-scores worden geïnterpreteerd zoals Pearsons r en geven weer hoe hoog de correlatie is tussen het oordeel van 1 recruiter en de 'gemiddelde beoordeling van de sollicitanten'. Deze methode resulteert vervolgens in één accuraatheidsscore voor elke recruiter. Aangezien in deze studie de focus ligt op accuraatheidsscores per persoonlijkheidstrek (en specifiek: extraversie) werden

ICC_{DE}-scores berekend voor elke trek, over de drie sollicitanten heen, op basis van de gemiddelde scores per persoonlijkheidstrekk.

Hoe hoger de score, hoe groter de overeenkomst tussen de oordelen van een recruiter en die over de sollicitanten. Nadat voor elke recruiter de accuraatheidsscores voor alle persoonlijkheidstrekken berekend waren via de ICC_{DE}-methode, werden deze accuraatheidsscores getransformeerd naar Fisher z-scores om de uiteindelijke analyses uit te voeren (Haggard, 1958).

Demografische achtergrondvariabelen waren leeftijd, geslacht en het aantal jaar werkervaring als recruiter.

4 Resultaten

4.1 Beschrijvende Statistiek en Correlaties

In Tabellen 1a en 1b zijn de gemiddelden, standaarddeviaties en correlaties van de studievariabelen weergegeven per experimentele conditie³. Correlaties werden berekend op basis van de ICC_{DE}-scores voor elke persoonlijkheidstrekk en geven het niveau van accuraatheid voor die persoonlijkheidstrekk weer. Achtergrondvariabelen (geslacht, leeftijd en werkervaring) zijn geen geschikte covariaten (zie Berneth & Aguinis, 2016; Weinfurt, 1995), daarom is hier in de analyses niet voor gecontroleerd. Verder zijn de accuraatheidsoordelen van de vijf trekken laag (extraversie: $M = -0.19$, $SD = 0.50$; vriendelijkheid: $M = -0.69$, $SD = 0.31$; consciëntieusheid: $M = -0.19$, $SD = 0.47$; emotionele stabiliteit: $M = -0.63$, $SD = 0.33$ en intellect: $M = -0.63$, $SD = 0.36$) en verschillen ze significant van elkaar, $F(4, 99) = 4.63$, $p = .00$, $\eta^2 = .16$.

[Tabel 1a en 1b ongeveer hier]

4.2 Hypothesen

In Tabel 2 en 3 staan de resultaten van de variantieanalyses die effecten van type cv en zelfpromotie op accuraatheid van persoonlijkheidsoordelen onderzochten. Hypothese 1 stelt dat

extraversie accurater wordt ingeschat in een video-cv dan in een geschreven cv (H1a) en dat de overige persoonlijkheidstreken even (in)accuraat worden afgeleid uit zowel een video-cv als een geschreven cv (H1b). De resultaten tonen dat de accuraatheid van de persoonlijkheidstreken extraversie significant verschillend is voor video-cv's ($M = 0.05$, $SD = 0.52$) en geschreven cv's ($M = -0.33$, $SD = 0.45$), $F(1, 101) = 12.42$, $p < .00$, $\eta^2 = .11$, waarbij in de conditie van het video-cv meer accurate persoonlijkheidsoordelen worden gevormd dan in de conditie van het geschreven cv. Voor de overige persoonlijkheidstreken zijn er geen significante verschillen in accuraatheid tussen de oordelen gebaseerd op de geschreven cv's en de oordelen op basis van video-cv's, met uitzondering van de persoonlijkheidstreken consciëntieusheid, $F(1, 101) = 4.28$, $p = .04$, $\eta^2 = .04$. Voor consciëntieusheid vertoont de Levene's test echter een significant resultaat, $F(1, 101) = 5.79$, $p = .02$, waardoor we de resultaten voor consciëntieusheid niet eenduidig kunnen interpreteren. Deze bevindingen ondersteunen Hypothese 1a en grotendeels ook Hypothese 1b (zie Tabel 2).

[Tabel 2 ongeveer hier]

Hypothese 2 stelt verder dat extraversie accurater wordt ingeschat als geen zelfpromotie gebruikt wordt door de sollicitant dan wanneer wel gebruik wordt gemaakt van zelfpromotie. Uit Tabel 3 blijkt dat het gebruik van zelfpromotie door de sollicitanten in het algemeen leidde tot lagere accuraatheidsscores ($M = -0.25$; $SD = 0.50$) dan wanneer geen zelfpromotie gebruikt werd ($M = -0.14$; $SD = 0.51$), $F(1, 99) = 4.62$, $p = .03$, $\eta^2 = .05$. Deze bevinding ondersteunt Hypothese 2.

Op basis van de onderzoeksvraag, tot slot, werd bekeken of effecten van type cv op accuraatheid van extraversie anders zijn wanneer een kandidaat zelfpromotie hanteert. Er was een significant interactie-effect van cv-type en zelfpromotie op accuraatheidsscores, $F(1, 99) = 4.48$, $p = .04$, $\eta^2 = .04$ (zie Tabel 3). Deze resultaten tonen dat extraversie accurater wordt ingeschat wanneer een video-cv wordt gebruikt door de sollicitant en deze sollicitant niet aan zelfpromotie doet

(zie Figuur 2). Post-hoc tests tonen meer bepaald dat extraversie op basis van *video cv's zonder zelfpromotie* ($M = 0.29$, $SD = 0.44$) meer accuraat ingeschat worden dan op basis van *video cv's met zelfpromotie* ($M = -0.21$, $SD = 0.47$), $F(1, 35) = 10.62$, $p = .00$, $\eta^2 = .23$, dan *geschreven cv's zonder zelfpromotie*, ($M = -0.37$, $SD = 0.38$), $F(1, 53) = 26.42$, $p = .00$, $\eta^2 = .33$, en dan *geschreven cv's met zelfpromotie*, ($M = -0.27$, $SD = 0.52$), $F(1, 47) = 11.28$, $p = .00$, $\eta^2 = .19$. In *video-cv's met zelfpromotie* wordt extraversie niet significant anders ingeschat dan in *geschreven cv's zonder zelfpromotie*, $F(1, 52) = 1.61$, $p = .21$, $\eta^2 = .03$ en dan in *geschreven cv's met zelfpromotie*, $F(1, 46) = 0.69$, $p = .41$, $\eta^2 = .01$. Bij geschreven cv's is verder geen significant verschil in accuraatheid van extraversie-oordelen gevonden naar zelfpromotie-conditie, $F(1, 64) = 0.001$, $p = .98$, $\eta^2 = .00$ (zie Figuur 2) ⁴.

[Tabel 3 ongeveer hier]

[Figuur 2 ongeveer hier]

5 Discussie

Recruiters krijgen op basis van cv's een bepaalde indruk van de persoonlijkheid van een sollicitant (Burns et al., 2014), maar de mate waarin recruiters zich een *accuraat* beeld kunnen vormen over de persoonlijkheid van een sollicitant op basis van zijn/haar cv blijft een punt van discussie in de literatuur, zeker in het licht van nieuwe technologische ontwikkelingen en mediatoeepassingen (Hiemstra et al., 2015). Nieuwe types van cv's, zoals het video-cv, maken het –althans vanuit theoretisch oogpunt– mogelijk om een meer accurate inschatting te maken van iemands persoonlijkheid aangezien video-cv's meer relevante cues of signalen bevatten waaruit men iemands persoonlijkheid kan afleiden. Of video-cv's ook daadwerkelijk tot (meer) accurate persoonlijkheidsinschattingen leiden, werd in deze studie bekeken.

5.1 Algemene Bevindingen

Ten eerste, zoals verwacht op basis van het RAM-model en de MRT, werd extraversie iets accurater ingeschat met een video-cv dan een geschreven cv. Deze bevinding is in lijn met

Borkenau, Brecke, Möttig en Paelecke (2009) die vonden dat de kortstondige observatie (50 ms) van een gelaatsuitdrukking met positieve emoties leidde tot een meer accurate inschatting van extraversie. De extra visuele cues in een video-cv ten opzichte van een geschreven cv (waarbij het gelaat langer en dus uitgebreider in beeld is) zouden dus kunnen verklaren waarom extraversie accurater ingeschat kan worden door middel van video-cv's dan geschreven cv's (zie ook Borkenau & Liebler, 1992). Voor de overige trekken van de Big Five werden in deze studie even (in)accurate scores gevonden bij video-cv's en geschreven cv's, wat verder bevestigt dat er verschillen zijn tussen trekken naar de mate waarin ze accuraat beoordeeld kunnen worden (bijv. Allik, Realo, Möttus & Kuppens, 2010). Inspectie van de accuraatheidsscores toont bovendien dat extraversie in het algemeen accurater ingeschat wordt dan de meeste andere persoonlijkheidstrekken, wat overeenkomt met eerdere studies (bijv. in interviewsituaties) waaruit blijkt dat extraversie door externe beoordelaars accurater beoordeeld wordt dan andere persoonlijkheidstrekken (bijv. Schmid-Mast et al., 2011). Een potentiële verklaring voor de accuratere inschatting van extraversie dan de andere persoonlijkheidstrekken, is dat de trek beter observeerbaar is. Extraverte kandidaten kunnen niet alleen tonen dat ze extravert zijn in hun gedrag maar dit ook mondeling aangeven (zie bijv. Bijlage 3: de uitspraak over onuitputtelijke energie). Persoonlijkheidstrekken die beter observeerbaar zijn (zoals extraversie) zouden tot een grotere interbeoordelaarsovereenstemming leiden dan trekken die minder goed observeerbaar zijn (zoals emotionele stabiliteit) (Funder & Colvin, 1988).

Toch is de accuraatheid waarmee persoonlijkheidsinschattingen gemaakt worden op basis van cv-screening erg laag, ook voor de trek extraversie (dit komt ook overeen met eerdere bevindingen van Schmid-Mast et al., 2011, in de context van het selectie-interview). Het RAM-model is een normatief denkkader dat de voorwaarden beschrijft om tot een accurate persoonlijkheidsinschatting te komen (Funder, 2012). Funder (2012) gaat ervan uit dat accurate

oordelen in realiteit erg moeilijk tot stand komen omdat perceptie en beoordeling het resultaat zijn van de dynamische interactie van een beoordelaar met zijn/haar omgeving (zie Figuur 1). Ten eerste kan de *beschikbaarheid van relevante trek-informatie* een mogelijke verklaring zijn voor de lage accuraatheid. Hoewel Voorstudie 4 toonde dat er in zowel de geschreven als de video-cv's cues aanwezig waren waaruit persoonlijkheid kon afgeleid worden, was het aantal cues beperkt. Dit kan mogelijk (mee) verklaren waarom de accuraatheid van de persoonlijkheidsoordelen zo laag was.

Daarnaast kunnen *detectie en interpretatie* van cues van persoonlijkheidskenmerken in cv's door de recruiter een verklaring zijn voor de lage mate van accuraatheid van persoonlijkheidsbeoordelingen. De mate waarin deze kenmerken of cues verwerkt worden door de recruiter (detectie, interpretatie) was niet het doel van deze studie. Hier werd zo goed mogelijk rekening mee gehouden door recruiters met werkervaring te bevragen. Maar los van relevante werkervaring zijn sommige beoordelaars misschien beter in staat om persoonlijkheid uit cv's 'te lezen' dan andere beoordelaars. Onderzoek naar 'de goede beoordelaar' ('the good judge', zie Christiansen, Wolcott-Burnam, Janovics, Burns & Quirk, 2005; De Kock, Lievens & Born, 2015; Powell & Goffin, 2009) bestudeert beoordelaarskenmerken die de accuraatheid van persoonlijkheidsinschattingen door interviewers voorspellen. Accuraatheid van persoonlijkheidsinschattingen zou in sterkere mate bepaald worden door de cognitieve vermogens van de interviewer (zoals de mate van 'dispositioneel redeneren') dan de persoonlijkheid of werkervaring van de interviewer (Christiansen et al., 2005; De Kock et al., 2015). Vervolgstudies kunnen nagaan of ook andere beoordelaarskenmerken dan werkervaring –zoals dispositioneel redeneren– accurate persoonlijkheidsinschattingen in de context van cv-screening kunnen voorspellen. Vervolgstudies kunnen ook alternatieve designs hanteren. We hebben getracht beoordelaarseffecten experimenteel te controleren door recruiters random toe te wijzen aan de vier cv-condities. Uit de randomisatiechecks blijken condities niet te

verschillen van elkaar naar achtergrondkenmerken van recruiters (werkervaring, geslacht, leeftijd). Maar met een tussen-persoon design is het –ondanks random toewijzing– niet volledig uit te sluiten dat er in bepaalde condities toch meer accurate beoordelaars zitten dan in andere condities. Met een binnen-persoon design kan men hier beter voor controleren.

Ten tweede, onderzochten we of *zelfpromotie* (een sollicitantkenmerk) een effect heeft op de accuraatheid waarmee recruiters zich een oordeel vormen over iemands persoonlijkheid en extraversie in het bijzonder. In het algemeen –los van type cv– werd extraversie accurater ingeschat als kandidaten géén gebruik maakten van zelfpromotie. Zelfpromotie modereerde echter het effect van type cv op accuraatheid van persoonlijkheidsoordelen: wanneer sollicitanten géén zelfpromotie gebruikten in een video-cv, velden de recruiters een meer accuraat oordeel over de mate van extraversie dan wanneer ze wél zelfpromotie gebruikten. Bij geschreven cv's maakte de mate van zelfpromotie niet veel uit: de inschatting van extraversie was even (in)accuraat mét of zónder zelfpromotie. Geschreven cv's zijn een minder rijk medium dan video-cv's waardoor zelfpromotie mogelijk minder tot uiting komt, minder opvalt of ontdekt kan worden in geschreven cv's dan in video-cv's (Waung et al., 2015). Bij video-cv's valt zelfpromotie mogelijk sterker op omdat het een rijk medium is en de sollicitant kort aan het woord is (Waung et al., 2015).

In deze studie werden enkel mannelijke sollicitanten beoordeeld. In tegenstelling tot Waung et al. (2015) die geen differentiële effecten vonden van zelfpromotie tussen geschreven en video-cv's, vonden wij wel effecten van zelfpromotie op accuraatheid van persoonlijkheidsoordelen bij mannelijke sollicitanten. Omdat zelfpromotie bij mannen congruent is met de geslachtsnorm, kan toekomstig onderzoek nagaan of deze effecten sterker zijn wanneer vrouwelijke sollicitanten zelfpromotie hanteren (d.w.z. incongruent met de geslachtsnorm binnen een bepaalde baancontext; Moss-Racusin & Rudman, 2010; Rudman, 1998).

Tot slot waren de video-cv's vrij equivalent aan de geschreven cv's en vrij gestructureerd omdat vrijwel dezelfde informatie verteld werd in het video-cv als in het geschreven cv om designmatige redenen (zie ook Waung et al., 2014). Verder zaten de 'sollicitanten' niet in een echte selectiecontext. Effecten van zelfpromotie kunnen daarom een onderschatting zijn en een groter effect hebben in reële selectiesituaties. Vervolgstudies kunnen effecten van zelfpromotie, structurering en intensiteit/frequentie in reële selectiesituaties, verder onderzoeken.

5.2 Sterktes, Beperkingen en Suggesties voor Toekomstig Onderzoek

Lievens en Harris (2003) formuleerden drie algemene suggesties voor het onderzoek naar en het gebruik van (nieuwe) werving- en selectie-instrumenten waaraan we met deze studie tegemoet trachtten te komen. Ten eerste, is er behoefte aan een theoretisch kader wanneer de waarde van (nieuwe) meetinstrumenten onderzocht wordt. Deze studie onderzocht accuraatheid van persoonlijkheidsbeoordelingen op basis van het RAM-model (Funder, 1995). Verder onderzoek zou correlationele modellen (zoals het RAM-model) kunnen integreren met componentiële modellen om meer inzicht te krijgen in het belang van de diverse deelcomponenten of aspecten die tot een accurate persoonlijkheidsbeoordeling leiden bij cv-screening. Zo kan het RAM-model op een meer componentiële wijze onderzocht worden en kan men naast kenmerken van cv's en sollicitanten ook kijken naar recruiterkenmerken (nl. mogelijkheden tot detectie en interpretatie; zie De Kock et al., 2015 en literatuur over 'de goede beoordelaar').

Ten tweede, dient men volgens Lievens en Harris (2003) aandacht te besteden aan de psychometrische kenmerken van nieuwe werving- en selectie-instrumenten. Opvallend, het cv is één van de meest gebruikte instrumenten bij werving en selectie maar er is weinig bekend over de psychometrische waarde van dit meetinstrument, zeker in de context van persoonlijkheidsbeoordelingen. De meeste studies die persoonlijkheidsbeoordelingen op basis van cv's bestudeerden, beperkten zich tot geschreven cv's. Hierbij bestudeert men

hoofdzakelijk de relatie tussen persoonlijkheidsoordelen (bijv. extraversie) en baangeschiktheidsoordelen als criterium (bijv. of men uitgenodigd wordt voor de volgende selectieronde; Cole et al., 2009). Dit criterium (nl. baangeschiktheid) zegt weinig over de validiteit van persoonlijkheidsbeoordelingen bij cv-screening. In deze studie onderzochten we daarom de accuraatheid van persoonlijkheidsbeoordelingen (en extraversie in het bijzonder) bij geschreven en video-cv's met een gecombineerde maat van persoonlijkheidsbeoordelingen als extern criterium (zelfbeoordelingen en beoordelingen door kennissen). Deze gecombineerde maat zou een meer betrouwbare inschatting zijn dan alleen zelfbeoordelingen (Connelly & Hülshager, 2012; Funder, 2012; Schmid-Mast et al., 2011). Persoonlijkheidsbeoordelingen gemaakt door kennissen zijn erg waardevol en misschien zelfs waardevoller dan zelfbeoordelingen (Oh et al., 2011). Wanneer we enkel beoordelingen door kennissen als extern criterium gebruiken (in plaats van de gecombineerde maat), vinden we echter gelijkaardige resultaten (zie noot 4). Het hoofdeffect van type cv is minder significant dan wanneer de gecombineerde maat van persoonlijkheidsbeoordelingen gebruikt wordt, maar extraversie wordt nog steeds accurater (of minder inaccuraat) beoordeeld bij video-cv's dan bij geschreven cv's en dit effect bleek eveneens afhankelijk van de mate van zelfpromotie: Extraversie werd significant accurater (of minder inaccuraat) beoordeeld op basis van video-cv's zonder zelfpromotie in vergelijking met video-cv's met zelfpromotie en geschreven cv's.

Vervolgstudies kunnen misschien onderzoeken of accurate persoonlijkheidsbeoordelingen op basis van cv's samenhangen met andere persoonlijkheidsbeoordelingen (convergente validiteit, bijv. via assessment centers) en latere werkprestaties (predictieve validiteit). Gedrag geldt immers als de 'gouden standaard' (Funder, 2012) en triangulatie als de beste manier om complexe materie (zoals 'accuraatheid' van persoonlijkheidsoordelen) te onderzoeken. Er is dus behoefte aan onderzoek naar de meetpretentie van het (video-)cv en de mate waarin het

(video-)cv aan deze meetpretentie voldoet (zie Hiemstra & Derous, 2015). Ook bleken er geringe verschillen tussen de kandidaten op de verschillende persoonlijkheidseigenschappen.

Vervolgonderzoek zou hier rekening mee kunnen houden bij de keuze van de kandidaten.

Ten derde, raadden Lievens en Harris (2003) aan om ook aandacht te besteden aan de praktische meerwaarde van (nieuwe) meetinstrumenten. Door de accuraatheid van persoonlijkheidsbeoordelingen bij cv-screening en video-cv's in het bijzonder te onderzoeken, trachtten we hier deels aan tegemoet te komen. In de volgende paragraaf worden de praktische implicaties verder besproken.

5.3 Praktische Implicaties

Persoonlijkheid (en extraversie in het bijzonder) kon niet accuraat ingeschat worden door middel van geschreven cv's en ook niet door middel van video-cv's. Deze bevinding is misschien niet zo verrassend omdat cv's nu eenmaal geen gestandaardiseerde persoonlijkheidsvragenlijsten zijn. Toch tonen studies aan dat recruiters persoonlijkheidstrekken afleiden op basis van cv's (Cole et al., 2005; 2009). Wat impliceren de bevindingen van deze studie dan voor de praktijk? Wanneer recruiters zo accuraat mogelijke persoonlijkheidsinschattingen willen maken, maken ze wellicht beter gebruik van meer geëigende en gevalideerde meetinstrumenten dan cv's, zoals persoonlijkheidsvragenlijsten (Butter, 2014; Kruijten, 2015).

Persoonlijkheidsvragenlijsten verschillen van cv's op verschillende vlakken, zoals inhoud (meten van persoonlijkheid versus weergave van biografische informatie en vaardigheden), soort informatie die uitgewisseld wordt (verbale informatie bij vragenlijsten en geschreven cv's versus verbale en non-verbale informatie in video-cv's) en mate van standaardisatie en structuratie (sterk bij vragenlijsten versus niet tot weinig bij cv's, zeker wat bijvoorbeeld het scoringsprotocol betreft). Deze eigenschappen zorgen ervoor dat zelfpromotie bij video-cv's

sterk kan zijn, zeker wanneer we dit vergelijken met gestandaardiseerde persoonlijkheidsvragenlijsten.

Vervolgonderzoek is wenselijk, maar persoonlijkheid kan wellicht niet accuraat afgeleid worden uit (video) cv's omdat (video) cv's hier niet voor ontwikkeld zijn. Cv's dienen dan ook *andere* doeleinden dan persoonlijkheidsscreening. Geschreven cv's zijn zinvol om een eerste indruk te geven over een aantal objectief vaststelbare biografische data (zoals iemands opleidingsniveau en werkervaring; Cole et al., 2005) waarbij deze eerste screening idealiter ondersteund wordt door de nodige objectief verifieerbare ervaringsbewijzen of certificaten. Video-cv's zijn zinvol als kandidaten bepaalde competenties of vaardigheden willen demonstreren die ze niet via een geschreven cv, SJT of een interview kunnen tonen. Dit is trouwens de oorspronkelijke invulling van het video-cv: video-cv's vinden hun origine in de muziek- en de danswereld waarbij sollicitanten een video opsturen bij audities of selectieprocedures. Dergelijke procedures (ook 'taped auditions' genoemd) worden bijvoorbeeld gehanteerd door grote orkesten (zoals het 'NedCam' of Kamerorkest Nederlands Camerata) en dansgezelschappen (zoals het 'Ballet van Vlaanderen') en als eerste selectieronde bij wedstrijden (zoals de 'Koningin Elisabeth Wedstrijd', 'The Voice' en 'K3 zoekt K3'). Ook binnen de bedrijfswereld worden video-cv's ingezet, bijvoorbeeld om langdurige werkzoekenden te ondersteunen in het werkzoekproces of om op een meer competentie-gebaseerde wijze te screenen (Hiemstra et al., 2012).

Verder kan het nuttig zijn om recruiters te trainen. Onderzoek van Cole et al. (2005) toonde bijvoorbeeld een verbetering van het inschatten van persoonlijkheid (extraversie en consciëntieusheid in het bijzonder) op basis van geschreven cv's nadat recruiters een training hadden gekregen (Cole et al., 2005). Verder onderzoek zou kunnen nagaan of dit effect sterker is bij video-cv's dan geschreven cv's. Daarnaast zou een sterke mate van structuratie en standaardisatie van cv's de effecten van zelfpromotie door sollicitanten kunnen inperken.

Geschreven cv's zou men kunnen vervangen door gestructureerde sollicitatieformulieren met bijhorende certificaten. Video-cv's zou men volgens een bepaald stramien vorm kunnen geven om een vooraf bepaald aantal vaardigheden te demonstreren (bijv. spreekvaardigheid), bijvoorbeeld als onderdeel van een uitgebreidere cv-portfolio.

5.4 Tot Slot

In deze studie bestudeerden we persoonlijkheidsbeoordelingen op basis van geschreven en video-cv's. Tenzij kandidaten gebruik maken van zelfpromotietactieken, leidt het gebruik van rijkere media, zoals video-cv's, tot een iets accuratere inschatting van de trek extraversie dan wanneer gebruik wordt gemaakt van minder rijke media, zoals geschreven cv's. Desondanks is het niveau van accuraatheid zeer laag. Samengevat tonen deze studiebevindingen dan ook aan dat persoonlijkheid niet erg goed ingeschat kan worden op basis van cv's, ook niet op basis van nieuwe cv-types zoals video-cv's, en zeker niet als er zelfpromotie in het spel is.

Praktijkbox

Wat betekenen deze resultaten voor de praktijk?

- Door de toename van digitale media en dito toepassingen binnen werving en selectie, is onderzoek naar de validiteit en praktische inzetbaarheid van nieuwe vormen van werving en selectie, zoals video-cv's, belangrijk.
- Recruiters leiden persoonlijkheidskenmerken af op basis van cv's maar deze persoonlijkheidsoordelen zijn niet erg accuraat, ook niet als recruiters video-cv's (met meer relevante en beschikbare cues) in plaats van geschreven cv's (met minder relevante en beschikbare cues) beoordelen.
- Wanneer sollicitanten zelfpromotietactieken gebruiken, leidt dit tot minder accurate inschattingen dan wanneer sollicitanten geen zelfpromotietactieken gebruiken.

- Extraversie wordt het meest accuraat beoordeeld op basis van video-cv's (al is het niveau van accuraatheid laag te noemen), vooral als sollicitanten géén zelfpromotietactieken gebruiken.
- Cv-screening is geen goede manier om valide (d.w.z. accurate) persoonlijkheidsoordelen te vellen over sollicitanten. Om accurate oordelen te vellen, maken recruiters beter gebruik van de daartoe ontwikkelde en gevalideerde meetinstrumenten zoals persoonlijkheidsvragenlijsten.

Noten

- 1 Dit model zegt bijvoorbeeld dat keuzes die iemand maakt het gevolg zijn van een interactie tussen de eigen bronnen, de omgeving en de eigen wensen (bijv. voorkeuren, behoeften, aspiraties). De omgeving presenteert situaties (bijv. studierichting, werksituatie, hobby) en sommige van deze situaties zullen de wensen van een persoon vervullen. Na een tijd zullen mensen selectiever worden in de keuze van, voor hen, waardevolle situaties en blijven enkel die situaties over die hun wensen vervullen.
- 2 Er werd rekening gehouden met ongelijke verdeling van respondenten over de experimentele condities door te kijken naar de Levene's test.
- 3 Omdat de ICC_{DE}-scores beter interpreteerbaar zijn dan Fisher z-scores (nl. als Pearson r correlaties), hebben we de gemiddelden en standaarddeviaties in Tabellen 1a/b en 2 steeds uitgedrukt in (ruwe) ICC_{DE}-scores en niet in Fisher z-scores.
- 4 Extra analyses met beoordelingen door kennissen (alleen) als extern criterium, tonen gelijkaardige resultaten. Het hoofdeffect van type cv is iets minder significant dan wanneer de gecombineerde maat van persoonlijkheidsinschattingen gebruikt wordt, maar extraversie wordt nog steeds accurater (of minder inaccuraat) beoordeeld bij video-cv's ($M = -0.20$, $SD = 0.43$) dan bij geschreven cv's ($M = -0.37$; $SD = 0.50$), $F(1, 99) = 3.27$, $p = .07$, $\eta^2 = .03$.

Dit effect is afhankelijk van de mate van zelfpromotie, $F(1, 99) = 11.31, p = .00, \eta^2 = .03$.

Extraversie wordt significant accurater (of minder inaccuraat) ingeschat op basis van video-cv's zonder zelfpromotie ($M = -0.02, SD = 0.38$) in vergelijking met video-cv's met zelfpromotie ($M = -0.38, SD = 0.40$), $F(1, 35) = 7.93, p = .07, \eta^2 = .19$, en geschreven cv's ($M = -0.37, SD = 0.50$), $F(2, 82) = 7.39, p = .00, \eta^2 = .15$.

Literatuur

- Albright, L., Kenny, D.A. & Malloy, T.E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 387-395.
- Allik, J., Realo, A., Mõttus, R. & Kuppens, P. (2010). Generalizability of self-other agreement from one personality trait to another. *Personality and Individual Differences*, 48, 128-132.
- Arnulf, J.K., Tegner, L. & Larssen, Ø. (2010). Impression making by résumé layout: Its impact on the probability of being shortlisted. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 19, 221-230.
- Author (2015). *Does resume format affect accuracy of personality judgments?* Paper presented at the 30th Annual SIOP Conference, Philadelphia, PA.
- Back, M.D., Schmukle, S.C. & Egloff, B. (2009). Predicting actual behavior from the explicit and implicit self-concept of personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97, 533–548.
- Barrick, M.R., Shaffer, J.A. & DeGrassi, S.W. (2009). What you see may not be what you get: Relationships among self-presentation tactics and ratings of interview and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 94, 1394-1411.
- Berneth, J.B. & Aguinis, H. (2016). A critical review and best-practice recommendations for control variable usage. *Personnel Psychology*, 69, 229-283.
- Bischof, J.D. (2006). Moral intuitions versus game theory: A response to Marcoux on résumé embellishing. *Journal of Business Ethics*, 67, 181-189.
- Borkenau, P. & Liebler, A. (1992). The cross-modal consistency of personality: Inferring strangers' traits from visual or acoustic information. *Journal of Research in Personality*, 26, 183–204.
- Borkenau, P., Brecke, S., Möttig, C. & Paelecke, M. (2009). Extraversion is accurately

- perceived after a 50-ms exposure to a face. *Journal of Research in Personality*, 43, 703-706.
- Boudreau, J.W., Boswell, W.R., Judge, T.A. & Bretz, R.D. (1999). Personality and cognitive ability as predictors of job search among employed managers. *Personnel Psychology*, 54, 25-50.
- Bright, J.E.H. & Hutton, S. (2000). The impact of competency statements on résumés for short-listing decisions. *International Journal of Selection and Assessment*, 8, 41–53.
- Brunswik, E. (1952). *The conceptual framework of psychology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Buijsrogge, A., Deros, E. & Duyck, W. (2016). Often biased but rarely in doubt: How initial reactions to stigmatized applicants affect interviewer confidence. *Human Performance*. Advance online publication: <http://dx.doi.org/10.1080/08959285.2016.1165225>
- Buijsrogge, A., Duyck, W. & Deros, E. (2015). Interviewbias bij sollicitanten met een stigma: Een duaalproces-benadering. *Gedrag en Organisatie*, 28, 315-336.
- Burns, G.N., Christiansen, N.D., Morris, M.B., Periard, D.A. & Coaster, J.A. (2014). Effects of applicant personality on resume evaluation. *Journal of Business and Psychology*, 29, 573-591.
- Butter, R. (2014). Ecologische schalen als personeelspsychologisch antwoord op situationele gedragsverschillen: Ontwikkeling van een consciëntieusheidschaal voor promovendi. *Gedrag en Organisatie*, 27, 290-308.
- Carney, D.R., Colvin, C.R. & Hall, J.A. (2007). A thin slice perspective on the accuracy of first impressions. *Journal of Research in Personality*, 41, 1054-1072.
- Christiansen, N.D., Wolcott-Burnam, S., Janovics, J.E., Burns, G.N. & Quirk, S.W.

- (2005). The good judge revisited: Individual differences in the accuracy of personality judgments. *Human Performance*, 18, 123-149.
- Cole, M.S., Feild, H.S. & Giles, W.F. (2003a). Using recruiter assessments of applicants' resume content to predict applicant mental ability and big five personality dimensions. *International Journal of Selection and Assessment*, 11, 78–88.
- Cole, M.S., Feild, H.S. & Giles, W.F. (2003b). What can we uncover about applicants based on their resumes? A field study. *Applied HRM Research*, 8, 51–62.
- Cole, M.S., Field, H.S. & Stafford, J.O. (2005). Validity of resumé reviewers' inferences concerning applicant personality based on resumé evaluation. *International Journal of Selection and Assessment*, 13, 321–324.
- Cole, M.S., Feild, H.S., Giles, W.F. & Harris, S.G. (2009). Recruiters' inferences of applicant personality based on resume screening: Do paper people have a personality? *Journal of Business and Psychology*, 24, 5-18.
- Connelly, B.S. & Hülshager, U.R. (2012). A narrower scope or a clearer lense for personality? Examining sources of observers' advantages over self-reports for predicting performance. workplace. *Journal of Personality*, 80, 603-631
- Daft, R.L. & Lengel, R.H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32, 554-571.
- De Kock, F.S., Lievens, F. & Born, M.Ph. (2015). An in-depth look at dispositional reasoning and interviewer accuracy. *Human Performance*, 28, 199-221.
- Ellis, A.P.J., West, B.J., Ryan, A.M. & DeShon, R.P. (2002). The use of impression management tactics in structured interviews: A function of question type? *Journal of Applied Psychology*, 87, 1200–1208.
- Funder, D.C. (1995). On the accuracy of personality judgment: A realistic approach. *Psychological Review*, 102, 652-670.

- Funder, D.C. (2001). Accuracy in personality judgment: Research and theory concerning an obvious question. In B.W. Roberts & R. Hogan (Eds.), *Personality Psychology in the Workplace. Decade of Behavior* (pp. 121–140). Washington: American Psychological Association.
- Funder, D.C. (2012). Accurate personality judgment. *Current Directions in Psychological Science*, 21, 177-182.
- Funder, D.C. & Colvin, C.R. (1988). Friends and strangers: Acquaintanceship, agreement, and the accuracy of personality judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 149–158.
- Funder, D.C. & Sneed, C.D. (1993). Behavioral manifestations of personality: An ecological approach to judgmental accuracy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 479–490.
- Goldberg, L.R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, 26-42.
- Haggard, E.A. (1958). *Intraclass correlation and the analysis of variance*. New York, Dryden Press.
- Hiemstra, A.M.F. & Derous, E. (2015). Video resumes portrayed: Findings and challenges. In I. Nikolaou & J.K. Oostrom (Eds.), *Employee Recruitment, Selection, and Assessment: Contemporary issues for theory and practice* (pp. 45-60). Sussex, UK: Psychology Press.
- Hiemstra, A.M.F., Derous, E. & Born, M.Ph. (2015). Eerlijkheid van selectie op basis van papieren en video-cv's. *Gedrag en Organisatie*, 28, 265-281.
- Hiemstra, A.M.F., Derous, E., Serlie, A.W. & Born, M.Ph. (2012). Fairness perceptions of video resumes among ethnically diverse applicants. *International Journal of Selection and Assessment*, 20, 423-433.

- Hosoda, M., Stone-Romero, E.F. & Coats, G. (2003). The effect of physical attractiveness on job-related outcomes: A meta-analysis of experimental studies. *Personnel Psychology*, 56, 431-462.
- Judd, C.M. & Park, B. (1993). Definition and assessment of accuracy in social stereotypes. *Psychological Review*, 100, 109-128.
- Kacmar, K.M., & Carlson, D.S. (1999). Effectiveness of impression management tactics across human resource situations. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 1293-1315.
- Kaplan, D. M. & Fisher, J. E. (2009). A rose by any other name: Identity and impression management in resumes. *Employee Responsibilities & Rights Journal*, 21, 319-332.
- Kenny, D.A. (1994). *Interpersonal perception: A social relations analysis*. New York: Guilford.
- Kluemper, D.H., McLarty, B.D. & Bing, M.N. (2015). Acquaintance ratings of the big five personality traits: Incremental validity beyond and interactive effects with self-reports in the prediction of workplace deviance. *Journal of Applied Psychology*, 100, 237-248.
- Knouse, S.B. (1994). Impressions of the resume: The effects of applicant education, experience, and impression management. *Journal of Business and Psychology*, 9, 33-45.
- Knouse, S.B., Giacalone, R.A. & Pollard, H. (1988). Impression management in the resume and its cover letter. *Journal of Business and Psychology*, 3, 242-249.
- Kruyen, P. M. (2015). Wanneer is kort te kort? Over de geschiktheid van korte tests om selectiebeslissingen te nemen. *Gedrag en Organisatie*, 28, 337-355.

- Letzring, T.D., Wells, S.M. & Funder, D.C. (2006). Information quantity and quality affect the realistic accuracy of personality judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 111-123.
- Lievens, F. & Harris, M.M. (2003). Research on internet recruitment and testing: Current status and future directions. In C.L. Cooper & I.T. Robertson (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 131-165). Chichester: Wiley.
- Lorenzo, G.L., Biesanz, J.C. & Human, L.J. (2010). What is beautiful is good and more accurately understood: Physical attractiveness and accuracy in first impressions of personality. *Psychological Science*, 21, 1777-1782.
- Marcoux, A.M. (2006). A counterintuitive argument for résumé embellishment. *Journal of Business Ethics*, 63, 183-194.
- McCrae, R.R. (2008). A note on some measures of profile agreement. *Journal of Personality Assessment*, 90, 105-109.
- Mael, F.A. (1991). A conceptual rationale for the domain and attributes of biodata items. *Personnel Psychology*, 44, 763-792.
- Moss-Racusin, C.A. & Rudman, L.A. (2010). Disruptions in women's self-promotion: The backlash avoidance model. *Psychology of Women Quarterly*, 34, 186-202.
- Oh, I., Wang, G. & Mount, M.K. (2011). Validity of observer ratings of the Five-Factor model of personality traits: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 96, 762-773.
- Peeters, H. & Lievens, F. (2006). Verbal and nonverbal impression management tactics in behavior description and situational interviews. *International Journal of Selection and Assessment*, 14, 206-222.
- Powell, D.M. & Goffin, R.D. (2009). Assessing personality in the employment interview: The impact of training on rater accuracy. *Human Performance*, 22, 450-465.

- Proost, K., Schreurs, B., De Witte, K. & Deros, E. (2010). Ingratiation and self-promotion in the selection interview: The effects of using single tactics or a combination of tactics on interviewer judgments. *Journal of Applied Social Psychology*, 40, 2155–2169.
- Roulin, N., Bangerter, A. & Levashina, J. (2015). Honest and deceptive impression management in the employment interview: Can it be detected and how does it impact evaluations? *Personnel Psychology*, 68, 395-444.
- Rudman, L.A. (1998). Self-promotion as a risk factor for women: The costs and benefits of counterstereotypical impression management. *Journal of Personality and Social psychology*, 74, 629-645.
- Sackett, P.R. & Lievens, F. (2008). Personnel selection. *Annual Review of Psychology*, 59, 419-450.
- Schmid-Mast, M., Bangerter, A., Bulliard, C. & Aerni, G. (2011). How accurate are recruiters' first impressions of applicants in employment interviews? *International Journal of Selection and Assessment*, 19, 198-208.
- Schlenker, B.R. (1980). *Impression Management*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Spector, P.E., Jex, S.M. & Chen, P.Y. (1995). Relations of incumbent affect-related personality traits with incumbent and objective measures of characteristics of jobs. *Journal of Organizational Behavior*, 16, 59-65.
- Stevens, C.K. & Kristof, A.L. (1995). Making the right impression: A field study of applicant impression management during job interviews. *Journal of Applied Psychology*, 80, 587–606.
- 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.

- Thoms, P., McMasters, R., Roberts, M.R. & Dombkowski, D.A. (1999). Resume characteristics as predictors of an invitation to interview. *Journal of Business and Psychology*, 13, 339–356.
- Tsai, W., Chen, C. & Chiu, S. (2005). Exploring boundaries of the effects of applicant impression management tactics in job interviews. *Journal of Management*, 31, 108-125.
- Van Iddekinge, C.H., McFarland, L.A. & Raymark, P.H. (2007). Antecedents of impression management use and effectiveness in a structured interview. *Journal of Management*, 33, 752–773.
- Waung, M., Hymes, R.W. & Beatty, J.E. (2014). The effects of video and paper resumes on assessments of personality, applied social skills, mental capability, and resume outcomes. *Basic and Applied Social Psychology*, 36, 238-251.
- 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.
- Weinfurt, K.P. (1995). Multivariate analysis of variance. In L.G. Grimm & P.R. Yarnold (Eds.), *Reading and understanding multivariate statistics* (pp. 245-276). Washington, DC: American Psychological Association.
- Wilhelmy, A., Kleinmann, M., König, C.J., Melchers, K. & Truxillo, D.M. (2016). How interviewers try to make favorable impressions: A qualitative study. *Journal of Applied Psychology*, 101, 313-332.
- Zuckerman, M. & Sinicropi, V. (2011). When physical and vocal attractiveness differ: Effects on favorability of interpersonal impressions. *Journal of Nonverbal Behavior*, 35, 75-86.

Tabel 1a*Gemiddelden, standaarddeviaties en correlaties van accuraatheidsscores voor geschreven cv's (met/zonder zelfpromotie) (N = 66)*

Variabelen	<i>Zonder</i>		<i>Met</i>		1	2	3	4	5	6	7	8
	<i>zelfpromotie</i>		<i>zelfpromotie</i>									
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>								
1. Extraversie	-.37	.38	-.27	.52	-	.20	.34	.44**	.43**	.11	.13	.35
2. Vriendelijkheid	-.67	.31	-.63	.41	.10	-	.18	.06	.26	.01	.19	.14
3. Consciëntieusheid	-.24	.34	-.30	.48	-.08	.34	-	.08	.60**	.28	-.18	.39
4. Emotionele stabiliteit	-.63	.34	-.66	.31	.30	.15	-.13	-	.28	.02	-.05	.07
5. Intellect	-.67	.34	-.61	.35	.03	.24	.22	.08	-	.22	-.31	.54**
6. Leeftijd	34.86	9.12	35.83	11.43	.21	.02	-.01	.13	.09	-	-.40*	.62**
7. Geslacht (1 = M; 2 = V)	1.78	.42	1.77	.43	-.08	.18	.08	.04	.17	-.21	-	-.54**
8. Werkervaring	6.80	6.81	11.48	13.56	.07	-.12	-.15	-.04	.15	.74**	-.43*	-

NB. Werkervaring uitgedrukt in jaren. Gemiddelden en correlaties zijn berekend op basis van de ICC_{DE}-scores en geven accuraatheidsscores

weer. Correlaties boven de diagonaal gelden voor de conditie van het geschreven cv zonder zelfpromotie en correlaties onder de diagonaal gelden voor de conditie van het geschreven cv met zelfpromotie.

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

Tabel 1b*Gemiddelden, standaarddeviaties en correlaties van accuraatheidsscores voor video-cv's (met/zonder zelfpromotie) (N = 37)*

Variabelen		<i>Zonder</i>		<i>Met</i>		1	2	3	4	5	6	7	8
		<i>zelfpromotie</i>		<i>zelfpromotie</i>									
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>								
1.	Extraversie	.29	.44	-.21	.47	-	-.13	.57*	.31	.58**	.09	-.30	-.30
2.	Vriendelijkheid	-.81	.14	-.72	.20	.21	-	.17	-.02	.25	-.52*	.45	-.10
3.	Consciëntieusheid	-.06	.56	-.07	.56	.16	.39	-	.11	.61**	-.33	.03	-.07
4.	Emotionele stabiliteit	-.50	.41	-.73	.24	.47*	.19	.33	-	.17	.09	-.54*	-.12
5.	Intellect	-.51	.48	-.68	.26	.46	.54*	.67**	.43	-	-.06	-.09	.13
6.	Leeftijd	37.00	9.10	33.89	12.82	-.38	-.19	-.10	-.16	-.24	-	-.52*	.41
7.	Geslacht (1 = M; 2 = V)	1.57	.51	1.67	.49	-.19	-.08	-.12	-.10	-.15	-.30	-	.00
8.	Werkervaring	8.63	7.40	6.31	8.08	-.59*	-.09	-.18	-.06	-.34	.79**	.14	-

NB. Werkervaring uitgedrukt in jaren. Gemiddelden en correlaties zijn berekend op basis van de ICC_{DE}-scores en geven accuraatheidsscores

weer. Correlaties boven de diagonaal gelden voor de conditie van het video-cv zonder zelfpromotie en correlaties onder de diagonaal gelden voor de conditie van het video-cv met zelfpromotie.

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

Tabel 2

Effect van type cv op accuraatheid van persoonlijkheidsbeoordelingen (Big Five)

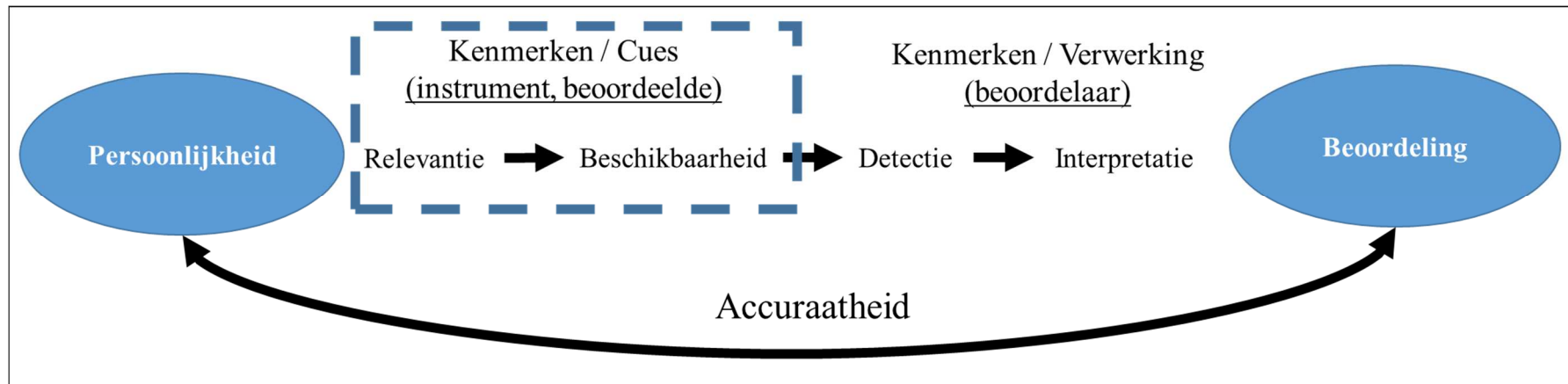
	Geschreven cv	Video-cv	<i>F</i> (1, 101)	<i>p</i>	η^2
	<i>M</i> (SD)	<i>M</i> (SD)			
Extraversie	-.33 (.45)	.05 (.51)	12.42	.00	.11
Vriendelijkheid	-.65 (.35)	-.75 (.18)	1.40	.24	.01
Consciëntieusheid	-.27 (.41)	-.07 (.55)	4.28	.04	.04
Emotionele stabiliteit	-.65 (.33)	-.61 (.35)	0.01	.91	.00
Intellect	-.64 (.34)	-.60 (.40)	0.54	.46	.01

NB. De gemiddelden (standaarddeviaties) zijn berekend op basis van de ICC_{DE} waarden en geven accuraatheidsscores weer. De variantieanalyses werden berekend met gebruik van Fisher z-transformatie. Voor duidelijkheid van rapportering werd ervoor gekozen om de gemiddelden (standaarddeviaties) weer te geven in (ruwe) ICC_{DE}-scores.

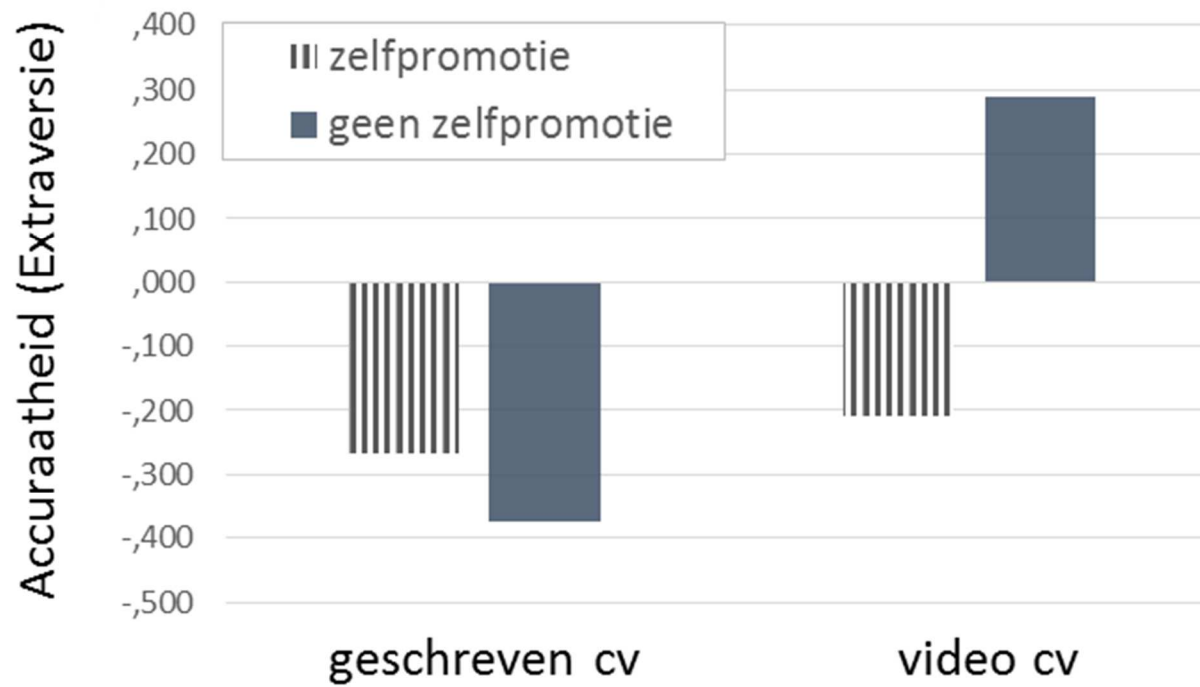
Tabel 3

Effect van type cv en zelfpromotie op accuraatheid van persoonlijkheidsbeoordelingen (extraversie)

	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>η²</i>
Type cv	6.09	1	6.09	12.61	.00	.11
Zelfpromotie	2.23	1	2.23	4.62	.03	.05
Type cv x Zelfpromotie	2.16	1	2.16	4.48	.04	.04
Error	47.78	99	0.47			
Totaal	65.82	103				



Figuur 1 Het realistic accuracy model (Funder, 1995) toegepast op werving- en selectieprocedures



Figuur 2 Effect van type cv (geschreven versus video) en zelfpromotie (wel versus geen) op accuraatheid van extraversiebeoordelingen (uitgedrukt in ICC_{DE} -scores)

Bijlage 1 Indicatoren van persoonlijkheidstrekken in geschreven en video-cv's

Persoonlijkheidstrek	Geschreven (bijv. papieren cv's)	Gedrag (bijv. video-cv's)	Bronnen
Extraversie	Type en aantal extracurriculaire activiteiten (bijv. vrijwilligerswerk, studentenverenigingen, avontuurlijke hobby's), academische prestaties, leiderschap in studentenorganisatie, managementervaring, teamprestaties.	Expressiviteit (bijv. faciaal, lichamelijk, qua stemvolume), mate van energie, mate van uitstraling (bijv. spraakzaamheid) en assertiviteit.	Back, Schmukle en Egloff, (2009); Burns et al. (2014); Carney et al. (2007); Cole et al., (2009); Lorenzo et al. (2010); Zuckerman en Sinicropi, (2011)
Intellect	Reizen, beheersing van vreemde talen, diversiteit aan hobby's en interesses.	Originaliteit (bijv. onconventionele, artistieke stijl), tonen van brede kennis en interesses.	Back et al. (2009); Carney et al. (2007)
Consciëntieusheid	Academische prestaties (prijzen en cijfers), specialisatie na opleiding, mate van detail in beschrijving jobs,	Professionalisme (in kledij, houding, verbale uitdrukkingsvaardigheden en algemene manieren), mate van detail.	Albright, Kenny en Malloy (1988); Carney et al. (2007); Cole et al. (2003a)

	afwezigheid van grammaticale of spellingsfouten.		
Vriendelijkheid	Inzet voor anderen (vrijwilligerswerk, coaching), ervaring in lager management, lengte van ervaring binnen 1 job.	Vriendelijke uitstraling (mate van glimlachen, interpersoonlijke warmte, consideratie, oogcontact).	Back et al. (2009); Carney et al. (2007); Cole et al. (2003a)
Emotionele stabiliteit	Type en aantal sociale en extracurriculaire activiteiten, frequentie van jobverandering.	(On)zekerheid (bijv. inzake stem, houding, oogcontact), mate van emotionaliteit en gespannenheid, mate van zelfmedelijden.	Back et al. (2009); Boudreau, Boswell, Judge en Bretz Jr. (1999); Carney et al. (2007); Cole et al. (2003); Spector, Jex en Chen (1995)

NB. De tabel is gebaseerd op Waung et al. (2014) en verder aangevuld met relevante artikelen.

Bijlage 2 Overzicht van de vier voorstudies

	Onderzoeksvraag	Methode	Resultaten
Voorstudie 1	Zijn de drie geselecteerde sollicitanten fysiek even aantrekkelijk?	Respondenten ($N = 24$; 87.50% vrouwen; leeftijd: $M = 24.58$ jaar, $SD = 3.90$) beoordeelden de fysieke aantrekkelijkheid van elke sollicitant op een 7-puntenschaal	De drie geselecteerde sollicitanten waren fysiek even aantrekkelijk, $F(2, 46) = 1.24$, $p = .30$.
Voorstudie 2	Zijn de geschreven cv's equivalent in termen van baangeschiktheid en relevantie van de vermelde werkervaring en opleiding voor de baan (nl. marketing manager)? Is de manipulatie van zelfpromotie in de geschreven cv's geslaagd?	Respondenten ($N = 17$; 82.40% vrouwen; leeftijd: $M = 28.00$ jaar, $SD = 8.28$) beoordeelden de mate van equivalentie en zelfpromotie op een 7-puntenschaal	De geschreven cv's waren equivalent wat betreft gepercipieerde baangeschiktheid, $F(5, 12) = 1.82$, $p = .18$, relevantie van de vermelde werkervaring, $F(5, 12) = 1.52$, $p = .25$, en relevantie van de vermelde opleiding, $F(5, 12) = .59$, $p = .71$. Daarnaast was de manipulatie van zelfpromotie geslaagd: geschreven cv's met zelfpromotie werden meer gepercipieerd als cv's die gebruik maken van zelfpromotie, dan geschreven cv's zonder zelfpromotie, $F(5, 12) = 33.77$, $p < .01$.
Voorstudie 3	Zijn de video-cv's equivalent in termen van baangeschiktheid en non-verbale cues (nl. beweging van het lichaam, aantrekkelijkheid van de stem, vloeiend- en duidelijkheid van spreken)? Is de manipulatie van zelfpromotie in de video-cv's geslaagd?	Respondenten ($N = 23$; 69.60% vrouwen; leeftijd: $M = 27.04$ jaar, $SD = 6.85$) beoordeelden de mate van equivalentie en zelfpromotie op een 7-puntenschaal	De video-cv's waren equivalent wat betreft gepercipieerde baangeschiktheid, $F(1,22) = 2.78$, $p = .11$, en non-verbale cues. Bijvoorbeeld, de stem van de sollicitanten werd als even aantrekkelijk beoordeeld in video-cv's met en zonder zelfpromotie, $F(1,22) = .00$, $p = 1.00$. Daarnaast was de manipulatie van zelfpromotie geslaagd: video-cv's met zelfpromotie werden meer gepercipieerd als cv's die gebruik maken van zelfpromotie, dan video-cv's zonder zelfpromotie, $F(5,18) = 22.02$, $p < .01$.
Voorstudie 4	Bevatten de geschreven en video-cv's trekrelevante informatie?	Drie onafhankelijke beoordelaars beoordeelden de mate waarin de geschreven cv's en de	Zowel geschreven cv's (voor extraversie: $M = 1.31$, $SD = 0.23$; voor intellect: $M = 2.00$, $SD = 0.10$; voor

video-cv's cues bevatten waaruit de vijf
persoonlijkheidstreken kunnen worden
afgeleid (zie Bijlage 1) op een 5-puntenschaal

consciëntieusheid: $M = 2.54$, $SD = 0.11$; voor
vriendelijkheid: $M = 1.70$, $SD = 0.30$; voor emotionele
stabiliteit: $M = 1.19$, $SD = 0.34$) als video-cv's (voor
extraversie: $M = 1.97$, $SD = 0.36$; voor intellect: $M = 1.68$,
 $SD = 0.02$; voor consciëntieusheid: $M = 2.78$, $SD = 0.10$;
voor vriendelijkheid: $M = 2.01$, $SD = 0.38$; voor
emotionele stabiliteit: $M = 1.82$, $SD = 0.27$) bevatten cues
waaruit persoonlijkheid kan afgeleid worden.

Bijlage 3 Voorbeeld geschreven cv (geanonimiseerd)

Persoonlijke gegevens

Naam: ---
Woonplaats: ---
Nationaliteit: ---
Leeftijd: 24



Diploma's

Universiteit Gent: Master of Science in de handelswetenschappen, afstudeerrichting marketing - behaald met onderscheiding
Koninklijk Atheneum: Getuigschrift 3^{de} graad secundair onderwijs, ASO

Masterproef

“Onderzoek naar het gebruik van sociale mediakanalen bij ondernemingen in ---.”
Ik kreeg een uitstekende score voor mijn masterproef. Dit is volledig te wijten aan mijn extreme inzet en doorzettingsvermogen.

Werkervaring

MarketSearch: 2011-2012 als stagiair in het buitenland

Tijdens mijn stageperiode bij MarketSearch bestonden mijn taken onder andere uit het analyseren van de marktstructuur zodat een duidelijke marketingstrategie kon opgesteld worden.

Ik analyseerde ook sociale mediakanalen zoals YouTube, LinkedIn, Facebook en Twitter.

Mijn stagebegeleider was zeer tevreden over mijn prestaties. Ik kreeg vaak te horen dat mijn positieve houding en excellente professionaliteit een ideaal voorbeeld waren voor de nieuwere stagiairs

MarketSearch: 2012-2013 als marketeer

Na mijn stage kon ik bij MarketSearch aan de slag als marketeer. Mijn takenpakket bestond uit het uitwerken en implementeren van marketingstrategieën. Na het uitwerken van zo'n marketingstrategie voor één van onze klanten schoten hun verkoopcijfers exponentieel de hoogte in. Ik neem de volledige verantwoordelijkheid voor dit succes.

Ik was ook verantwoordelijk voor het uitwerken van sociale mediaplannen en het beheer van de verschillende sociale mediakanalen. De superieure kwaliteit van deze sociale mediaplannen trok nieuwe klanten aan.

Talenkennis

<u>Nederlands:</u>	mondeling: uitstekend	schriftelijk: uitstekend
<u>Engels:</u>	mondeling: uitstekend	schriftelijk: uitstekend
<u>Frans:</u>	mondeling: zeer goed	schriftelijk: zeer goed
<u>Duits:</u>	mondeling: basiskennis	schriftelijk: basiskennis

Computerkennis

Ik heb een gedetailleerde kennis van Word, Power Point, Excel, Outlook en SPSS.

Competenties

Mijn verschillende ervaringen doorheen de jaren op de universiteit, in het werkveld en in verschillende extracurriculaire activiteiten hebben ervoor gezorgd dat ik sterke verbale en schriftelijke communicatievaardigheden heb ontwikkeld. Mijn ongeëvenaarde motivatie en onuitputtelijke energie maken dat ik graag constant bezig ben. Overuren zijn dus absoluut geen probleem voor mij. Ik handel altijd naar de wensen en behoeften van de klant en ik doe dit op een creatieve manier. Mijn klanten zijn dus altijd tevreden.

Mijn vele exceptionele vaardigheden zorgen ervoor dat ik een onschatbare meerwaarde zal betekenen voor uw bedrijf.

Bijlage 4 Transcript video-cv (geanonimiseerd)

Hallo, mijn naam is ----. Ik bezit de --- nationaliteit, ben 24 jaar en woon in ---. Ik behaalde mijn getuigschrift van de 3^e graad secundair onderwijs ASO aan het Sint-Pieters instituut. Aan de Universiteit --- behaalde ik mijn Master of Science in de handelswetenschappen met als afstudeerrichting marketing. In mijn masterproef onderzocht ik het gebruik van klantloyaliteitsprogramma's in verschillende ondernemingen.

Mijn stage deed ik van 2011 tot 2012 bij Mediaplan. Mijn taken bestonden onder andere uit het analyseren van bestaande klantloyaliteitsprogramma's. Ik hielp ook met de externe publicaties en het organiseren van evenementen. In 2012 ging ik voor een jaar bij Mediaplan aan de slag als marketeer. Het uitwerken en implementeren van klantloyaliteitsprogramma's behoorden tot mijn takenpakket. Daarnaast was ik verantwoordelijk voor de externe publicaties en het organiseren van evenementen.

Ik bezit een uitstekende kennis van het Nederlands en het Engels, een zeer goede kennis van het Frans en een basiskennis van het Duits op zowel mondeling als schriftelijk vlak. Ik beschik over een goede kennis van de Microsoft programma's. Door het werken aan mijn thesis heb ik mijn communicatievaardigheden kunnen ontwikkelen. Daarnaast heb ik de kans gehad om mijn interpersoonlijke vaardigheden te ontplooiën. Ik beschouw mezelf als een teamplayer. Ik heb een creatieve kijk wat ervoor zorgt dat mijn klanten vaak tevreden zijn. Kortom, ik doe mijn best in wat ik onderneem en denk een aanwinst te kunnen zijn voor uw bedrijf.

Dank voor uw aandacht.

English summary

Personality judgments from resumes: Can ratings be accurate?

Recent technological developments and media applications, such as the use of social media and the internet in the selection process, have created a new type of resume, the video resume. In this study, a comparison was made between paper resumes and video resumes. Using a 2 (resume type: paper versus video) by 2 (self-promotion: present versus absent) between-subjects design, 103 recruiters evaluated applicants' personality from resume information. Based on predictions of the 'realistic accuracy model' and the 'media richness theory', we expected that recruiters would infer applicants' personality more accurately from video resumes than paper resumes and that applicants' use of self-promotion would have a different effect on accuracy judgments. Results were in line with expectations: Extraversion was inferred more accurately from video resumes than paper resumes (with no difference for the other Big Five traits), and self-promotion moderated this effect so that accuracy was lower when applicants used self-promotion in the video resumes.

Keywords:

(Video) Resumes – Personality – Accuracy – Impression Management