

Attribution de Compétences Implicites par le Physique

SHS BA4 - Groupe 4

Durant l'évolution il a été très important pour l'Homme de pouvoir juger les autres pour savoir à qui faire confiance pour pouvoir survivre. Le critère sélectif pour prendre ces décisions était dans un premier temps la capacité physique, c'est cela qui décidait de qui serait le chef, l'homme qui nous protégerait en cas de danger. Aujourd'hui, dans une société où nous pouvons nous sentir en sécurité et où l'on prône l'égalité des Hommes ces décisions biaisées par le physique ont une autre importance; en particulier dans le monde du travail dans la phase de présélection de candidats.

Alors que d'autres membres du groupe analysent différents aspects de la question cette revue se base sur l'idée que en fonction de l'ordre de réception de certaines informations sur une personne (CV, photo, audit, recherche personnelle, etc.) un recruteur sera plus enclin à changer d'avis sur une personne. Pour étudier le thème nous analyserons trois articles scientifiques qui nous donneront une meilleure idée de la question: *Controlling the Information Flow, Physical Attractiveness Bias in Hiring: What is Beautiful is Good, How to Take the Bias out of Interviews*. Il faut préciser que lorsque nous référons au "physique" nous ne faisons pas allusion à certaines formes de discrimination qui pourraient avoir lieu mais plutôt à la tenue, la musculation, le charisme général de la personne - son "body langage".

Article 1: Dan Ariely (1998)

Controlling the Information Flow - Journal of Consumer Research

<https://pdfs.semanticscholar.org/0b78/e7721318637d85e3b87d345725beaa825287.pdf>

Dans le monde du commerce les responsables marketing font face à de nombreux challenges: ils sont chargés de non seulement sélectionner la clientèle adéquate pour maximiser le revenu mais surtout de vendre le produit. Il leur est très difficile de sélectionner l'information à transmettre ainsi que le moyen de transmission. Comment délivrer au potentiel acheteur l'information critique à l'achat et quelle est-elle?

La solution présentée par Dan Ariely à toutes ces questions c'est d'utiliser des systèmes d'informations interactifs, comme le font Facebook, Google ou tout autre outil qui nous piste sur internet à des fins commerciales. Voici qu'il pense: "[...] it seems that information control has both positive and negative effects on performance. The positive effect is due to the value of the information itself combined with the user's ability to select and process the specific information that is most relevant to the user (heterogeneity). The negative effect is due to the additional resources demanded by the task of managing the information flow coupled with limited processing capacity" (le côté négatif n'étant plus d'actualité aujourd'hui suite aux améliorations

technologiques depuis 1998), et sa conclusion “*The current work illustrates that the environment in which consumers encounter information has a substantial impact on the way this information is evaluated and integrated*”.

Cet article est intéressant car il justifie le choix de la question sur l’ordre d’accès aux informations. Pour Dan Ariely il est question d’une situation vendeur-client, pour notre projet, le client serait assimilé au recruteur et le vendeur au futur employé. Il est important de pouvoir contrôler le flux d’information pour les deux: savoir comment manipuler le recruteur par la disposition des informations, mais aussi pour le recruteur qui doit en être conscient pour en limiter les impacts.

Article 2: Comila Shahani-Denning (2003)

Physical Attractiveness Bias in Hiring: What is Beautiful is Good - Hofstra Horizon

https://www.hofstra.edu/pdf/orsp_shahani-denning_spring03.pdf

Ce n’est pas nouveau, nous jugeons constamment les personnes sur le physique, d’où l’étude de Comila Shanani-Denning qui dit “*In the area of employment decision making, attractiveness also influences interviewers’ judgments of job applicants (Watkins & Johnston, 2000)*”. Son étude, basée sur la réaction des participants vis-à-vis de certaines photos, tourne autour du stéréotype que ce qui est beau est bon. Nous trouvons aussi ces phrases dans la conclusion: “*A review of the literature supports the notion that being physically attractive is an advantage when applying for a job. [...] Since it is not fair to base hiring decisions on non-job-related factors like attractiveness, training hiring managers to avoid this bias is one way to reduce such inequity.*” C’est dans ce cadre que nous espérons pouvoir utiliser le résultat de son étude. Montrer que le recruteur est énormément biaisé par ses préférences personnelles lorsqu’on lui présente une photo plutôt que simplement le CV, comme il est coutume dans certaines parties du monde. Est-ce que ce biais n’est pas accentué par les CV vidéos qui sont de plus en plus répandus? Telles seraient les questions à se poser à la fin de notre étude. Notre recherche serait amenée à essayer de déterminer si le recruteur peut compenser ce biais par un certain ordre d’analyse des informations.

Article 3: Iris Bohnet (2016)

How to Take the Bias out of Interviews - Harvard Business Law

[https://hbr.org/2016/04/how-to-take-the-bias-out-of-interviews?](https://hbr.org/2016/04/how-to-take-the-bias-out-of-interviews?referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom)

[referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom](https://hbr.org/2016/04/how-to-take-the-bias-out-of-interviews?referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom)

Suite à un changement de la loi au Texas, une université s’est trouvée obligée d’accepter plus d’étudiants que prévu. Le timing de cette loi a fait que ce sont des étudiants qui étaient au plus bas

de la liste de sélection qui ont eu la place, les autres ayant choisi d'aller ailleurs. Iris Bohnet en profite pour faire une comparaison des résultats obtenus par ce groupe d'étudiants par rapport aux autres. Le résultat a été inattendu: *"The performance of initially accepted and initially rejected students turned out to be the same. Digging deeper, the researchers found that about three-quarters of the difference in ratings between initially accepted and initially rejected students was due not to more-objective measures, such as grades, but rather to the interviewers' perceptions of the candidates in unstructured interviews"*. La question se pose car ces interviews n'étaient pas structurées et laissent donc beaucoup à désirer aux yeux de ces chercheurs. Cet article continue ses explications et donne des solutions pour éviter juger trop vite et à tort une personne; comme une manière précise de noter ainsi que standardiser les tests. Cet article nous sera utile pour éviter de faire les mêmes erreurs lors de la collecte de données et (même si l'article s'intéresse à une autre étape du processus d'interview) prouve aussi que le biais du recruteur est bel et bien existant.

Si nous décidons par la suite de partir sur cette question de recherche spécifique et que l'hypothèse que les attributs physiques ont un impact plus important sur la décision du recruteur qu'un CV sans photo, cela pourrait prouver un avantage des CV vidéos qui divulguent le physique directement et non suite à nombreuses pré-sélections lors d'un processus d'interview. Cela pourrait aussi diminuer les coûts et accroître la probabilité de trouver l'employé recherché pour une entreprise.

En ce qui concerne les futurs employés cela pourrait les aider à bâtir un CV qui fasse ressortir certains aspects qui ont plus d'importance, par exemple, mettre une photo claire et grande première chose en haut de page pour attirer l'attention (dans les pays où la photo sur le CV est demandée). Il est sûr que ne pas mettre de photos limite le risque de biais tout le long du processus d'interview mais les recruteurs perdent des informations qui au final formeront partie du facteur décisif. Cela dit le résultat de l'étude pourrait s'avérer bénéfique aux deux partis si de bonnes précautions sont prises pour gérer les éventuelles répercussions néfastes que le résultat de l'étude pourrait avoir.