

# Hogerop

## *Een potje slijmen helpt*

Vroeger was het simpel: vrouwen hoorden er niet bij. Met een seksistische grap kreeg een man de lachers op zijn hand. Vandaag de dag mag een man dit soort grappen niet meer maken en mogen werkgevers vrouwen niet meer benadeln. **Zijn de vooroordelen daarmee verdwenen? Welnee, ze zijn ondergronds gegaan en tackelen je sluipenderwijs.** Psychologe Roos Vonk geeft drie tips om dit te voorkomen.

**H**et had er de schijn van dat Ann Hopkins haar naam had gevestigd bij Price Waterhouse, een van de grootste accountants-firma's in de Verenigde Staten. Van alle kandidaten die dat jaar werden voorgedragen voor een positie als partner leek ze de beste papieren te hebben. Ze had opdrachten binnengehaald voor miljoenen dollars en een grotere omzet gegenereerd dan elke andere kandidaat. Haar cliënten waren lovend over haar. Ze was de enige vrouw onder de 88 kandidaten. Van de 662 partners waren er zeven vrouw. Toch werd Hopkins niet tot partner benoemd omdat, zo werd gezegd, haar interpersoonlijke vaardigheden tekortschoten. In informele gesprekken werd duidelijk wat daarmee werd bedoeld: ze moest wat meer aan haar

charme werken en haar uiterlijke verschijning onder handen nemen. Hopkins legde dit advies naast zich neer en spande in plaats daarvan een proces aan tegen Price Waterhouse wegens seksdiscriminatie. De rechter stelde haar in het gelijk.

Hopkins is een goed voorbeeld van hoe stereotypering vrouwen in hun carrière kan opbreken. Het was voor haar niet eenvoudig om haar gelijk te bewijzen, want seksdiscriminatie is tegenwoordig een stuk lastiger aan te tonen dan het seksisme zoals dat vroeger openlijk beleden werd ('Het enige recht van de vrouw is het aanrecht'). Hoe herken je de symptomen? En hoe kun je jezelf ertegen wapenen?

**S**tereotypen over vrouwen en andere groepen zijn terug te voeren op twee dimensies die we altijd toepas- ➤

## Door de ander te vleien creëer je de juiste context voor je zelfpromotie

sen bij de beoordeling van een persoon: warmte/vriendelijkheid en bekwaamheid/kracht. Vaak betekent een positieve score bij de ene dimensie een negatieve bij de andere. Zo worden de zwakkeren in de samenleving gezien als aardig maar hulpeloos.

Ook het traditionele stereotype over vrouwen valt in deze categorie: lief en verzorgend, maar laag in bekwaamheid en status. Kortom: lief maar dom. Meer van het een betekent automatisch minder van het ander, wordt vaak ten onrechte aangenomen ('Ze is zo aardig... Ze zou het vast niet goed doen als bestuurder'). Zodra vrouwen bekwaamheid en kracht tonen, verliezen ze sympathie en worden ze gezien als militant en agressief; zie de bekende negatieve etiketten als haaibaai, kenau en bitch.

De meeste mensen associëren een leidinggevende positie met stereotiep mannelijke eigenschappen, zoals daadkracht, ambitie, assertiviteit en doortastendheid. Vrouwen die zo'n positie ambiëren, moeten dus zulke kwaliteiten tonen. Maar het luistert nauw, want wat we bij een man zelfverzekerd en doortastend vinden, noemen we bij een vrouw gehaaid en *bitchy* doordat het de seksenormen schendt.

Ook bij sollicitaties blijkt dat zelfpromotie, zoals eigen kwaliteiten onder de aandacht brengen en een hoog startsalaris vragen, bij een vrouw eerder arrogant en *pushy* wordt gevonden dan bij een man. Zo'n vrouw wordt wel als even bekwaam beoordeeld, maar minder aardig en daardoor minder geschikt. Door zichzelf



stevig neer te zetten, verschuift een vrouw van 'lief maar dom' naar 'bekwaam maar bitchy'.

De oplossing lijkt dan vaak om een stapje terug te doen zodat je de sympathie behoudt, maar daarmee zwak je jezelf weer af. Beter is dat je eerst de juiste context creëert voor je zelfpromotie door de ander te vleien, bewondering te tonen en andere slijmkunsten uit de kast te trekken. Om weg te komen met zelfpromotie moet je als vrouw zorgen dat deze altijd in balans is met verheffing van de ander. Die is dan gerustgesteld dat je hem niet wilt overtroeven en je laat bovendien zien dat je deze vrouwelijke vaardigheid beheerst. Zo kun je je permitteren jezelf te verkopen zonder dat het aanmatigend of intimiderend wordt gevonden. Om dezelfde reden is het belangrijk dat je voorbeelden noemt waarin je sociale, empathische kwaliteiten hebt getoond.

Een tweede verschijnsel dat vrouwen in werksituaties hindert, is welwillend seksisme. In tegenstelling tot de vijandige seksist richt de welwillende zich op bescherming en idealisering

van vrouwen. Voor hem scoren zij hoog op warmte, maar laag op bekwaamheid. Dit heeft tot gevolg dat vrouwen in ondergeschikte posities blijven en paternalistisch worden behandeld.

In een onderzoek voerden vrouwelijke deelnemers een fictief sollicitatiegesprek bij een organisatie waar alleen mannen werkten. Tegen een aantal deelnemers werd gezegd dat hun aanwezigheid de organisatie goed zou doen omdat vrouwen cultureel meer verfijnd zijn dan mannen, zichzelf beter verzorgen, een sterker moreel besef hebben en een goede smaak. Heel 'vriendelijk' werd daaraan toegevoegd: 'Het werk zal moeilijk voor je zijn, maar als je problemen hebt kunnen de mannen je helpen.'

Een ander deel van de deelnemers kreeg met vijandig seksisme te maken: hun werd verteld dat de organisatie het belangrijk vond vrouwen aan te nemen, ook al zoeken die altijd manieren om beter behandeld te worden en zijn ze snel op hun teentjes getrapt. Vrouwen, zo werd gezegd, overdrijven problemen vaak om macht te krijgen over mannen.

De vrouwen die een welwillend-seksistisch verhaal hadden gehoord, presteerden slechter doordat ze gingen twijfelen aan hun competenties. Volgens de onderzoekers wordt welwillend seksisme vaak niet als zodanig herkend, omdat het zo aardig gebracht wordt. De tip luidt dan ook: wees hierop alert; als je je ervan bewust bent dat het speelt, kun je voorkomen dat je in het hoekje 'lief maar dom' laat manoeuvreren. Speel de rol van beschaafde, zachtmoedige, empathische vrouw met verve, maar blij tegelijkertijd overtuigd van je kwaliteiten en laat ze zien.

Een derde, minder bekend aspect van stereotypen is dat mensen ook zichzelf kunnen benadelen. Vrouwen zijn zich bijvoorbeeld zodanig bewust van het stereotype dat ze slechter zijn in getallen dan mannen, dat zij in ie- ➤

# Door zichzelf stevig neer te zetten, **verschuift** een vrouw van 'lief maar dom' naar 'bekwaam maar bitchy'

dere test waarin rekenwerk centraal staat een bedreiging zien. Zeg je tegen een vrouw dat een willekeurige test indicatief is voor wiskundige vermogens, dan is dat al voldoende om haar slechter te laten presteren – zelfs als de test daar in feite niets mee te maken heeft. In een flits zal door haar heen gaan: ze denken zeker dat ik als vrouw geen raad weet met getallen, dus ik moet laten zien dat ze zich vergissen. Maar zo'n gedachte versterkt juist de spanning en daarmee de kans dat je een slechtere prestatie levert. Door de spanning vernauwt je blik waardoor je niet meer alles opmerkt en minder creatief wordt. Uiteindelijk presteer je slechter. Dit effect wordt stereotype-bedreiging genoemd.

**E**en stereotype-bedreiging kun je niet wegwerken door hard te den-

ken dat het stereotype niet klopt. Dat zal immers alleen maar de stressvolle behoefte oproepen het stereotype te ontcrachten, en dat veroorzaakt weer spanning. Wat wél werkt, is jezelf in een andere categorie te plaatsen. Zo kan een vrouwelijke student haar prestaties bij een wiskundetaak aanzienlijk verbeteren door zichzelf te zien als student in plaats van vrouw. Door jezelf anders te categoriseren (hr-deskundige, salesdeskundige of wat dan ook) kun je de dreiging dus doorbreken.

Een andere beproefde strategie is jezelf vooraf belangrijke persoonlijke waarden in te prenten. Maak bijvoorbeeld een top-3 van die waarden. Schrijf over nummer 1 een kort stukje – gewoon voor jezelf – waarom die waarde belangrijk voor je is en hoe je er gestalte aan geeft in je leven. Door deze oefening herinner je jezelf aan wie je bent en waarin je gelooft; daardoor zit je steviger in het zadel en laat je je minder van je stuk brengen. ●

## Reageren op dit artikel?

Ga naar [www.opzij.nl/forum](http://www.opzij.nl/forum)

>> *Roos Vonk is hoogleraar sociale psychologie aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Eind oktober verschijnt bij uitgeverij Scriptum haar boek **De eerste indruk**, € 18,95*

