



Images of Older Workers. Content, Causes, and Consequences.

A.C. Kroon

IMAGES OF OLDER WORKERS: CONTENT, CAUSES, AND CONSEQUENCES.

Anne C. Kroon

SAMENVATTING

Oudere werknemers worden regelmatig geconfronteerd met leeftijdsdiscriminatie op de werkvloer, een probleem dat veelal wordt toegeschreven aan negatieve beeldvorming over deze groep.

Stereotiepe beelden over oudere werknemers hebben een negatief effect op het vermogen van werkgevers, managers en collega's om eerlijke en juiste beslissingen te nemen als het gaat over oudere werknemers, met nadelige gevolgen voor individuele carrières, maar ook voor het concurrentievermogen van organisaties en de samenleving als geheel. Dit probleem is zichtbaarder geworden door de vergrijzing van westerse samenlevingen. Verondersteld wordt dat zowel gemedieerde als interpersoonlijke communicatie een belangrijke rol vervult in de beeldvorming van oudere werknemers. Met name in westerse samenlevingen – die een relatief hoge mate van leeftijdssegregatie kennen – vervullen de media een essentiële rol in het verschaffen van een beeld van ouderen, zowel in het maatschappelijke als organisationele domein. Empirisch onderzoek naar de beeldvorming van oudere werknemers in nieuwsmedia en organisationele communicatie ontbreekt echter. Het doel van dit proefschrift is om inzicht te bieden in hoe (on-)gemedieerde communicatie de beeldvorming over oudere medewerkers beïnvloedt en wat de effecten daarvan zijn.

De eerste twee empirische hoofdstukken van dit proefschrift richten zich op de vraag hoe de media en organisaties oudere werknemers portretteren. In het eerste empirische hoofdstuk van dit proefschrift wordt aan de hand van de *framingtheorie* het debat over oudere werknemers en de vergrijzing van de arbeidsmarkt in Nederlandse nieuwsmedia (dagbladen) en organisationele communicatie (d.w.z. bedrijfsmagazines en jaarverslagen) van Nederlandse bedrijven in kaart gebracht. Uit dit onderzoek blijkt dat het debat complex is en varieert als gevolg van context en tijdsbestek. Organisaties pogen, in hun communicatie, associaties te vermijden met problemen die

gerelateerd zijn aan de vergrijzing en benadrukken juist de oplossingen die zij aandragen.

Nieuwsmedia daarentegen, zijn relatief meer geneigd om het onderwerp te problematiseren en de slachtofferrol van oudere werknemers te benadrukken. Eveneens blijkt dat organisaties in tijden van hoge werkloosheid minder aandacht besteden aan het onderwerp.

Het tweede empirische hoofdstuk van dit proefschrift richt zich meer specifiek op de aanwezigheid van stereotypen over oudere werknemers in organisatie- en nieuwsmedia. Er wordt geconcludeerd dat een grote verscheidenheid aan positieve en negatieve stereotypen van oudere werknemers voorkomt in nieuwsmedia en organisationele communicatie. Wat betreft negatieve stereotypen worden oudere werknemers veelal geportretteerd als zijnde duur, maar ook als onproductief, in termen van beperkte gezondheid, verminderde bereidheid tot leren en ontwikkeling en lage technologische vaardigheden. Wat betreft positieve stereotypen worden oudere werknemers vaak geprezen om het bezitten van mentorkwaliteiten, zoals het overbrengen van kennis en ervaring. Daarnaast worden ze omschreven als zijnde betrokken en toegewijd, als warme persoonlijkheden en tot slot als betrouwbare en betrokken collega's. Een belangrijke bevinding van dit hoofdstuk is dat de meeste stereotiepe beelden in nieuwsmedia en organisationele communicatie een indicatie zijn voor een lage mate van competentie en een hoge mate van warmte, de twee kerndimensies van *het Stereotype Content Model*. Uit de studie blijkt verder dat in organisationele communicatie meer positieve en minder negatieve stereotypes over oudere werknemers voorkomen dan in de nieuwsmedia.

Daarnaast worden de *gevolgen* van stereotypen over oudere werknemers in de nieuwsmedia onderzocht. In het derde empirische hoofdstuk van dit proefschrift wordt het *Stereotype Content Model* gebruikt om de effecten van gemengde (negatieve *en* positieve) mediastereotypen te begrijpen. Meer specifiek is door middel van een experiment onderzocht wat de effecten zijn van een nieuwsartikel waarin oudere werknemers worden geportretteerd als zijnde laag (vs. hoog) in termen van competentie en als hoog (vs. laag) in termen van warmte. De resultaten tonen aan dat

blootstelling resulteert in activatie op impliciet niveau van zowel negatieve stereotypen over de competentie van oudere werknemers en positieve stereotypen wat betreft de warme persoonlijkheid van oudere werknemers. Dit zorgt er vervolgens voor dat negatieve percepties over de inzetbaarheid van oudere werknemers zowel onderdrukt als gestimuleerd worden. Echter, aangezien het negatieve effect van het lage (vs. hoge) competentie mediastereotype sterker is dan het positieve effect van het hoge (vs. lage) warmte mediastereotype, resulteert blootstelling aan het stereotiepe beeld toch in een negatief effect op de intentie om een oudere werknemer aan te stellen.

De effecten van mediastereotypen van oudere werknemers staan eveneens centraal in het vierde empirische hoofdstuk van het proefschrift. Echter, ditmaal worden de effecten op geaggregeerd niveau onderzocht. Bestaand onderzoek biedt voornamelijk verklaringen voor de ervaring van leeftijdsdiscriminatie op het niveau van het individu op basis van cross-sectionele data. Het vierde hoofdstuk van dit proefschrift poogt een stap verder te gaan door de overtijddynamiek in mediaverslaggeving over oudere werknemers (in termen van zichtbaarheid en gemengde stereotypen) en het rapporteren van leeftijdsdiscriminatie door oudere werknemers te analyseren. De resultaten tonen aan dat de zichtbaarheid van oudere werknemers in de nieuwsmedia een positief effect heeft op het aantal meldingen van leeftijdsdiscriminatie door oudere werknemers.

Op basis van het derde en vierde hoofdstuk van het proefschrift kan geconcludeerd worden dat gemengde mediastereotypen van oudere werknemers er toe doen. Zowel op individueel als op geaggregeerd niveau wordt gevonden dat de effecten van negatieve mediastereotypen sterker wegen dan de effecten van positieve mediastereotypen.

In het vijfde en laatste empirische hoofdstuk van het proefschrift verschuift de focus naar managementcommunicatie met oudere werknemers. Uit voorgaand onderzoek blijkt dat constructieve managementcommunicatie een voorwaarde is voor de bevordering van duurzame inzetbaarheid van oudere werknemers. Het vijfde hoofdstuk van dit proefschrift geeft inzicht in de communicatiebarrières van managers: de aard van de barrières om de duurzame inzetbaarheid van

oudere werknemers te stimuleren en de gevolgen hiervan. Ten eerste zijn communicatiebarrières geïdentificeerd op basis van een kwalitatieve interviewstudie met Nederlandse managers. De bevindingen tonen aan dat managers barrières ervaren op twee niveaus. De barrières op het individuele niveau zijn: 1) negatieve stereotypen over de bereidheid en het vermogen van oudere werknemers om te leren, 2) het gebrek aan invloed onder managers en 3) legitimiteitsconflicten. Daarnaast ervaren zij barrières op het contextuele niveau: 4) tijdsbeperkingen en 5) beperkte investeringen in de inzetbaarheid van oudere werknemers door de organisatie. Ten tweede is onderzocht wat de meest invloedrijke communicatiebarrières zijn op basis van een survey onder Nederlandse managers. De resultaten tonen aan dat de intentie om een oudere werknemer promotie aan te bieden negatief wordt beïnvloed, via verlaagde productiviteitspercepties van oudere werknemers, door de volgende barrières: negatieve stereotypen over de bereidheid en het vermogen van oudere werknemers om te leren, het gebrek aan invloed onder managers en beperkte investeringen in de inzetbaarheid van oudere werknemers door de organisatie. Er wordt geconcludeerd dat een gebrek aan constructieve managementcommunicatie de neerwaartse spiraal versterkt van verminderde toegang tot mogelijkheden ter bevordering van duurzame inzetbaarheid.

De resultaten van dit proefschrift dragen bij aan de kennisontwikkeling met betrekking tot de relatie tussen (on-)gemedieerde communicatie en leeftijdsstereotypering en discriminatie in organisaties. Een belangrijke conclusie van dit proefschrift is dat het ervaren van leeftijdsstereotypering en discriminatie binnen de grenzen van organisaties gedeeltelijk het resultaat is van de beeldvorming over oudere werknemers in de mediaomgeving. Hiermee werpt dit proefschrift nieuw licht op de vraag waarom leeftijdsstereotypering en discriminatie een aanhoudend probleem blijft.