



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

***Effekten av neutrala påståenden på
social önskvärdhet i självskattningsformulär***

**Olof Persson
Lovisa Rosén-Lidholm**

Kandidatuppsats ht 2008

Handledare: Martin Bäckström

Abstract

This study investigated the effect different contexts have on personality items when they are framed more neutrally. The study was based on a five-factor personality inventory originating from International Personality Item Pool. The inventory consisted of 50 original and 50 neutral personality items and in addition 28 items measuring social desirability. The sample consisted of 150 students from the Department of Psychology, Lund. The students were divided into three instruction groups differing in context. The groups were given different manipulations (no instructions, respond honestly and truthfully, & recruitment- and selection). Significant results were found between the control group and the recruitment- and selection group showing a lower influence from the context on neutral items in comparison with the original items. The effect was mediated by individual differences in social desirability which further indicates the importance for this factor in personality testing.

Keywords: Social desirability, the Five-factor model, Neutral items, Personality inventory

Vid rekrytering och urval använder företag sig av olika bedömningsmetoder. En vanligt förekommande bedömningsmetod är självskattningsformulär. Den här studien har valt att fokusera på en huvudsaklig svaghet som kan uppstå i samband med självskattningsformulär; social önskvärdhet. Vårt arbete handlar till stor del om hur man genom en enkel metod kan förbättra innehållet i självskattningsformulär så att den påverkan social önskvärdhet har reduceras.

Rekrytering och urval

Kahlke och Schmidt (2000) belyser vikten av den process som urval och rekrytering innebär då företagets vinst till stor del påverkas av anställningsprocessen. Denna insikt har skapat en medvetenhet hos företag för de anställdas betydelse i dagens arbetsliv. Företagens mål är att kunna locka till sig, bedöma, välja ut och behålla rätt medarbetare. För att kunna göra detta måste man veta vad det innebär att göra en korrekt analys. (Kahlke & Schmidt, 2000).

Analysen har olika steg; arbetsanalysen är den första vilken innebär att man undersöker vad arbetsrollen kräver. Efter den analysen kan man börja annonsera ut tjänsten. Det efterföljs av att man utvecklar specificerade personkrav som blir utgångspunkt för det kommande urvalet. Det är viktigt att man följer upp olika tester med den involverade personen för att få en så korrekt bild av personen som möjligt. I till exempel ett personlighetstest kan man bilda sig en uppfattning om personens karaktärsdrag och efter ytterligare samtal med henne eller honom kan man bedöma hur arbetsrelevanta drag personen i fråga har för de personkrav som finns i arbetet (Kahlke & Schmidt, 2000)

Att satsa på bra urvalsmetoder är en av de mest lönsammaste investeringarna ett företag kan göra (Mabon, 2006). Genom att använda sig av bra anställningsmetoder ökar organisationernas möjlighet att hitta rätt person för rätt plats, vilket medför att nyanställda som rekryterats genom bra urvalsmetoder presterar mycket bättre än nyanställda som anställts genom sämre eller inga metoder. Mabon (2006) menar att företagen har lättare för att bibehålla de anställda som anställts via bra urvalsmetoder.

Introduktion till traitansatsen och personlighetstestning

När företag och rekryteringsbolag rekryterar nya medarbetare används många olika urvalsinstrument. Ett vanligt förekommande instrument är det personlighetstestande självskattningsformuläret; ett instrument som företag i alla storlekar använder sig flitigt av

(Kahlke & Schmidt, 2000). Målet med all personlighetstestning är att skapa ett kvantitativt mått på personligheten.

I en artikel från 1993 presenterar Lewis Goldberg historien kring personlighetstestning som startade i slutet av 1800-talet med forskaren Sir Francis Galton och hans forskning kring och intresse av att skapa ett lexikonbaserat deskriptivt mått på personlighet och de individuella skillnader som särskiljer oss människor ifrån varandra (Goldberg, 1993). Under första världskriget tog psykologen Robert S. Woodworth forskningen kring personlighetstestning till en ny nivå när han utvecklade sitt Personal Data Sheet. Detta instrument togs fram för att underlätta identifikationen av stridsdugliga personer genom en bedömning av rekryters emotionella stabilitet (Mabon, 2006). Nästa stora steg i utvecklingen av personlighetsformulär togs 1936 av Allport och Odbert, som bedrev forskning kring frågan hur många dimensioner det krävs för att ge en allsidig bild av personligheten (Allport & Odbert, 1936). Deras forskning, som presenterade cirka 17000 adjektiv som beskriver personlighet och beteende, kom till att lägga grunden för traitansatsen. Nästa stora steg togs av Engelsingmannen Raymond B. Cattell, som under 40-talet kom fram till att det finns 16 grundläggande egenskaper som kan beskriva en människas personlighet (Cattell & Cattell, 1995). Betydande forskning gjordes även av Eysenck som 1958 utvecklade ett test med enbart två dimensioner utifrån hans egen personlighetsteori. Dessa två dimensioner var extraversion och emotionell stabilitet (Eysenck, 1958). Eysenck vidareutvecklade sin teori när han 1968 tillade psychoticism som en tredje personlighetsfaktor jämte de tidigare två (Eysenck & Eysenck, 1968).

Costa och McCrae presenterade i början av 80-talet femfaktormodellen, en modell som kom att bli central för traitansatsen fram till i dag (Costa & McCrae, 1985). Femfaktorsmodellen (FFM) beskriver människans personlighet genom fem olika personlighetsdimensioner. Dessa dimensioner är öppenhet, samvetsgrannhet, extraversion, samstämmighet och neuroticism (inverterad emotionell stabilitet). Faktorn *öppenhet* innefattar bland annat i vilken omfattning personen är öppen för nya upplevelser, samt personens grad av nyfikenhet, kreativitet och spontanitet. *Samvetsgrannhet* beskriver i vilken utsträckning en person är organiserad, ansvarsfull, självdisciplin, målmedvetenhet, uthållighet och grundlighet. *Extraversion* beskriver i vilken grad personen är aktiv, företagsam, optimistisk, socialt dominant och intresserad av andra människor. *Samstämmighet* beskriver i vilken utsträckning personen har lätt för att samarbeta, umgås med andra, förlåta, naivitet och toleransnivå. Slutligen beskriver *neuroticism (inverterad emotionell stabilitet)* den grad personen är stresskänslig, tvivlar på sig själv och är bekymrad (Costa & McCrae, 1985).

Genom faktoranalytisk forskning visade Goldberg (1990) att de adjektiv som beskriver de fem faktorerna i femfaktormodellen är bra markörer för att ge en korrekt avspiegling av personligheten. Med korrelationsstudier gav han vidare evidens för att de fem dimensionerna på ett bra sätt kan representera de viktigaste individuella skillnader mellan människor som brukar räknas inom området personlighet.

Trots att traitforskningen kring femfaktormodellen har många anhängare finns det brister med just den här metoden för personlighetsbedömningar. Framförallt har Cattell och Eysenck kritiserat femfaktormodellen. Goldberg (1993) hänvisar till Cattell som ansåg att fem faktorer är för få för att ge en heltäckande bild av personligheten, medan Eysenck menar att fem är för många och refererar till sin trefaktormodell (P-E-N; Psychoticism, Extraversion & Neuroticism) (Goldberg, 1993; Eysenck, 1991). Även den amerikanska psykologen Walter Mischel har riktat kritik mot traitansatsen som helhet då han under 60-talet riktade kritik mot teorin att personlighet är någonting som är stabilt över tiden (Mischel, 1969). Han hävdade att det finns bevis för att beteende är ostabilt över tid och rum vilket gör att de mätinstrument som används vid personlighetstestning inte är reliabla. Vidare menar Mischel att människor väljer att anta olika personligheter i olika situationer på grund av många olika saker som till exempel tidigare erfarenheter eller situationens karaktäristika. Hans önskan var att personlighetsforskare vore mer öppensinnade när det gäller att se på personlighet som stabilt eller icke stabilt.

Med sin forskning visade Barrick och Mount (1991) att det finns en koppling mellan personlighetsdimensionerna på femfaktormodellen och arbetsprestation där framförallt dimensionen samvetsgrannhet är en bra prediktor på jobbprestation. Även Cook (2004) ger evidens för det här och hänvisar till flera meta-analyser som visar att arbetskicklighet är relaterat till specifika personlighetsdrag (Cook, 2004). Alla håller dock inte med om att femfaktormodellen är den främsta modellen för att predicera arbetsprestation. Bland annat hänvisar Cook (2004) till Mershon och Gorsuc (1998) som menar att Cattells sexton olika personlighetsdrag ger en bättre prediktion av arbetsprestationer än femfaktormodellen.

Introduktion till social önskvärdhet

Trots den kritik som riktats mot femfaktormodellen har populariteten av personlighetstestning vid rekrytering och urval ökat, och något man måste ta i beaktning är att det är människor vi mäter, och vid subjektiva självskattningar finns det alltid en risk att insamlade data inte överensstämmer med verkligheten. Ett exempel är social önskvärdhet, individens sätt att

förvränga självskattningar på ett, för dem själv, fördelaktigt sätt (Costa & McCrae, 1983). Zerbe och Paulhus (1987) menade att social önskvärdhet innebär att individen presenterar sig själv fördelaktigt enligt de för tillfället rådande sociala normerna. Existensen av social önskvärdhet är någonting som de flesta forskare är överens om, men dess relation till personlighet är ännu inte fastställd. Det finns de som anser att social önskvärdhet är en störande faktor i personlighetstestning och det finns de som tror att det är en dimension i vår personlighet (Smith & Ellingson, 2002).

Problematiken kring social önskvärdhet beskrevs redan på 50-talet av forskaren Allen L. Edwards som med sin forskning menar att social önskvärdhet är ytterligare en personlighetsdimension. Edwards (1957) skapade skalor för att mäta effekten av social önskvärdhet. En annan forskare som intresserade sig för relationen mellan social önskvärdhet och personlighet var H. J. Eysenck (1964), som inkluderade en lögnskala jämte extraversion och neuroticism i hans ”Eysenck Personality Inventory”.

Mathews, Deary och Whiteman (2003) menar att social önskvärdhet sänker tillförlitligheten i personlighetstest, eftersom mätprecisionen försämras när man inte kan få korrekt data. Även Bäckström, Björklund och Larsson (in press) styrker detta och menar att social önskvärdhet är ett stort problem vid personlighetsmätning eftersom mätreliabiliteten hotas av otillförlitligheten som social önskvärdhet medför.

Det finns dock forskning som tonar ned inflytandet av social önskvärdhet. Reiss et al. (1996) menar att det största hotet mot personlighetstestning snarare är ”response bias” (reaktivitet) och visar med en metaanalytisk studie att social önskvärdhet inte är ett så stort problem som arbets- och organisationspsykologer ansett. Reiss et al. menar att social önskvärdhet snarare kan relateras till individuella skillnader i emotionell stabilitet och samvetsgrannhet.

Högre ordningens faktor

Ett problem med femfaktorsmodellen är att faktorerna I instrumenten som mäter den korrelerar med varandra trots att de inte borde göra det (Block, 1995). Denna korrelation kan tillskrivas en högre ordningens faktor (något vi kommer kalla generell faktor i studien) som är direkt knuten till social önskvärdhet (Bäckström et al., in press). En annan förklaring presenteras av Goldberg (1993) som anser att överordnad värderande faktors kapar korrelationerna. Digman (1997) identifierade två generella faktorer som förklarar en stor del av variansen i femfaktorsmodellen; han kallade dessa för alpha och beta (Digman, 1997).

Alpha relateras till samstämmighet, emotionell stabilitet och samvetsgrannhet och representerar en socialiserande faktor som kan relateras till social önskvärdhet. Beta kopplas samman med extraversion och öppenhet och är en faktor som handlar om personlig utveckling. Via en korrelationsstudie fann Bäckström et al. (in press) att en generell faktor står för 89,8% av all kovariation mellan faktorerna på femfaktormodellen. Denna kovariation är en tydlig indikator på att korrelationerna i femfaktormodellen kan förklaras av förekomsten av en generell faktor.

Self-Deception och Impression Management

Genom faktoranalytiska studier beskriver Delroy L. Paulhus i artikeln ”two-component models of socially desirable responding” från 1984 den underliggande strukturen i social önskvärdhet; medveten och omedveten förvrängning. Han kallar dessa strukturer för Impression Management (IM) och Self-Deception (SD). IM innebär försökspersonens tendens att på ett medvetet sätt ge fördelaktiga skattningar av sig själv. SD är den omedvetna social önskvärdheten som manifesterar sig i och med att försöksdeltagaren tror att de påståenden som skattats är en ärlig reflektion av personligheten; en ärlig förvrängning. Paulhus och Reid (1991) har kopplat begreppen förstärkning (enhancement) och förnekande (denial) samman med IM och SD. Förstärkning innebär tendensen att tillskriva sig positiva attribut medan förnekande innebär tendensen att bortse från negativa attribut (Paulhus & Reid, 1991). Pauls och Stemmler (2003) gav vidare belägg för Paulhus forskning med en studie som visade att omedveten positiv attributstillskrivning korrelerade positivt med lögnpoäng på skalan för emotionell stabilitet, extraversion och öppenhet, medan IM korrelerade positivt med lögnpoäng på vänlighet och samvetsgrannhet. IM visade sig även vara mer mottaglig för manipulation än SD, något som antyder att det är svårare att skatta socialt önskvärt på omedveten nivå. Deras resultat är i linje med Paulhus hypoteser om omedveten skattning. De förklarar även omedveten positiv attributstillskrivning och IM så här: ”The first is an egoistic tendency to see oneself as exceptionally talented and socially prominent; the second is a moralistic tendency to see oneself as an exceptionally good member of society.” (Pauls & Stemmler, 2003, s. 265). Pauls och Crost publicerade 2004 en ny studie där de frångår resultatet från den förra studien och nu argumenterar mot Paulhus resultat om att bara IM går att förvränga med hjälp av instruktioner. Deras studie visade att både skalan för IM och skalan för omedveten positiv attributstillskrivning kan fejkas om man får instruktioner att göra så (Pauls & Crost, 2004).

Barrick och Mount (1996) menar att tidigare forskning har visat att människor med bra anpassningsförmåga och positiva självbilder samt med hög målinriktning har höga poäng på SD. Personer med höga poäng på IM är de som vill verka vara bättre än vad de egentligen är. Barrick och Mount hittade belägg för att det finns en effekt av social önskvärdhet, men att den inte påverkar prediktionen gällande personlighetsstrukturen. De hittade även belägg för att SD-effekten är densamma för både SD och IM. Genom deras studie så har de kommit fram till att ingen typ av svarsförvrängningar försvagar korrelationen mellan personlighetsstrukturen och arbetsskickligheten vilket är helt emot Paulhus välkända och etablerade studier (Barrick & Mount, 1996).

Viswesvaran, Ones och Hough (2001) anser att personlighetstestning är en adekvat metod ur rekryteringssammanhang. De menar att social önskvärdhet generellt inte påverkar korrelationen mellan personligheten och den arbetsrelaterade personligheten; något som de särskiljer. Barrick och Mounts (1996) forskning visade samma sak; att social önskvärdhet generellt sätt inte är något problem vid personlighetstestning för arbetsprestation. Ones et al. visade även att individuella skillnader i social önskvärdhet till stor del beror på korrelationen mellan den personliga strukturen, emotionell stabilitet och hur samvetsgrann man är. Ones refererar till Hogan (1998) som argumenterar för att responsen i ett personlighetsformulär inte är en objektiv självrapport utan snarare en subjektiv presentation av sig själv. Ones et al. studerade även relationen mellan IM och arbetsprestation. Tidigare forskning har varit tvetydig då bland andra Paulhus visare evidens för ett samband (Paulhus, 1984), men Barrick och Mount (1996) visar att något samband inte finns. Ingen av studierna som Ones et al. har gjort visade stöd för Paulhus teori. Varken IM eller SD verkar kunna predicera arbetsprestation (Viswesvaran, Ones & Hough, 2001).

Reducering av social önskvärdhet

Genom att använda sig av tekniker för reducereing av social önskvärdhet kan man uppnå en mer precis personlighetsbedömning. McFarland (2003) menar att genom att informera om att det finns en inbyggd skala som mäter social önskvärdhet i testet så reduceras förfalskningar från försöksdeltagarna. I McFarlands studie blev hälften av försöksdeltagarna varnade om att det fanns en inbyggd lögnskala som skulle avslöja dem om de svarade socialt önskvärt, medan kontrollgruppen inte fick någon information om ovan nämnda skala. Båda grupperna fick instruktioner om att skatta sig själva som om de befann sig i en rekryteringsituation. Det visade sig att de som blev varnade skattade social önskvärdhet lägre än kontrollgruppen. Den

lägre skattningen bidrog även till mindre korrelationer mellan de fem dimensionerna på FFM-skalan, vilket är positivt då de fem dimensionerna inte ska korrelera med varandra (McFarland, 2003). Även Cook (2004) presenterar olika sätt att förebygga faking. Ett sätt att gå tillväga är försöksledaren övertygar försöksdeltagarna att svara socialt önskvärt varken gynnar försöksdeltagaren, försöksledaren eller studien. Ett annat sätt kan vara att låta försöksdeltagarna genomföra testet på en dator, då detta har visat att människor svarar ärligare. Detta är något som Richman et al. (1999) inte håller med om, och i en undersökning från 1999 visade de att denna teori inte kan appliceras på personlighetstestning, då social önskvärdhet inte reducerades när man gör testet på en dator (Richman et al., 1999).

Goffin och Woods (1995) rapporterar att i en rekryteringssituation kan faking reduceras genom att informera deltagarna att socialt önskvärda svar kommer att upptäckas och detta kan leda till att de inte får jobbet (Goffin & Woods, 1995).

Bäckström et al. (in press) menar att det går att reducera effekten av social önskvärdhet genom en enkel metod; neutralisering av items. Deras studie visar att när man omformulerar items och gör dem mer semantiskt neutrala leder det till mindre social önskvärdhet trots att validiteten och den empiriska strukturen bibehålls. Konsekvenserna av detta blir ett test med neutrala påståenden som fortfarande mäter de fem personlighetsdimensionerna, men dess påståenden aktiverar inte social önskvärdhet i den grad som tidigare tester gjort, något som innebär att kopplingen till en överordnad faktor (social önskvärdhet) minskar (Bäckström et al., in press). Fördelarna med användning av semantiskt neutrala påståenden introducerades av Peabody (1987), som försökte hitta påståenden med strikt deskriptiva adjektiv. Denna forskning uppföljdes av Saucier (2002) som skapade en femfaktorsmodell baserad på personlighetsadjektiv med låg koppling till social önskvärdhet. Bäckström et al. (in press) menar att en stor fördel när man omformulerar påståendena i ett personlighetstest är att korrelationerna mellan personlighetsdimensionerna som mäts sjunker. Vidare visar Bäckström et al. att korrelationen mellan social önskvärdhet som generell faktor och personlighetsdimensionerna på femfaktormodellen sänks vid användning av neutrala påståenden (Bäckström et al., in press).

Syfte och hypoteser

I dagens arbetsliv är självskattningformuläret ett viktigt personlighetsmätande instrument i urvals- och rekryteringsprocessen. Företag använder sig av självskattningsformuläret som komplement till övrig insamlad data om applikanterna. Traitpsykologin har många år av

forskning bakom sig och med femfaktormodellen som vedertaget mått på personligheten vill vi med vår studie bidra till att förbättra de test som mäter femfaktormodellen. Problematiken med social önskvärdhet innebär ett stort problem i urvals- och rekryteringsprocessen då det finns risk för att den insamlade data inte ger en verklig bild av den som skattat sig. Genom att använda sig av neutrala påståenden i självskattningsformuläret kan den negativa inverkan social önskvärdhet har reduceras.

Därför har vi valt att undersöka den effekt neutrala påståenden har i ett självskattningsformulär och dess relation till olika, på förhand givna, instruktioner. Vi är intresserade att ge vidare insikt i ämnet om man kan reducera social önskvärdhet genom en semantisk neutralisering av påståendena i självskattningsformulär. Detta innebär att de påståenden som idag ingår i ett personlighetstest som avser att mäta femfaktormodellen innehåller en alldeles för positiv semantisk laddning vilket kan innebära att de ”uppmuntrar” försöksdeltagaren till social önskvärdhet. Vi är intresserade att veta om en semantisk neutralisering av påståendena får deltagarna att skatta sig mindre socialt önskvärt samtidigt som testet bevarar validiteten.

Genom att ge tre grupper olika svarsinstruktioner (inga instruktioner, svara sanningsenligt, svara utifrån en rekryteringssituation) förväntar vi oss att manipulationerna i de tre grupperna kommer att ge utslag i form av en högre effekt på social önskvärdhet på de positiva påståendena medan de neutrala påståendena inte kommer att påverkas lika mycket. Vidare tror vi att oavsett vilken grupp deltagarna är med i, så förväntas ett signifikant lägre resultat på de neutrala frågorna än på originalfrågorna.

Vår strävan är att personlighetstesten ska bli bättre och mer valida samtidigt som det inte skall vara lika lätt att förvränga sina svar socialt önskvärt oavsett om man gör det på en medveten eller omedveten nivå.

Metod

Deltagare

Vårt urval bestod av 150 studenter från fristående kurser och psykologprogrammet vid Institutionen för psykologi i Lund. Studenterna var i åldrarna 18 till 42 ($M = 23,3$ $SD = 4,37$). De 150 försöksdeltagarna var fördelade över tre olika instruktionsgrupper med 50 i varje (15 män och 35 kvinnor i varje grupp). Alla deltagare deltog frivilligt och behandlades anonymt.

Instrument

Självskattningsformuläret som studien bygger på är baserat på en svensk översättning av ett kort femfaktorformulär från Goldbergs International Personality Item Pool (IPIP; Bäckström, 2007; Goldberg et al., 2006; Goldberg, 1999). Personlighetsdimensionerna som mäts i formuläret är extraversion, öppenhet, samstämmighet, samvetsgrannhet och emotionell stabilitet. Den svenska översättningen är baserad på Goldbergs ursprungliga markörer (Goldberg, 1992). Cronbach's alphas för de fem skalorna i det nuvarande testet var .89, .78, .87, .91, and .87 (för respektive extraversion, öppenhet, samstämmighet, samvetsgrannhet och emotionell stabilitet). Det formulär vi använt oss utav i vår studie består av 128 påståenden; 10 neutrala och 10 positiva påståenden per personlighetsdimension, samt 28 påståenden som mäter social önskvärdhet (10 på Self-Deception, 18 på Impression Management). Försöksdeltagarna får skatta sig själva mellan ett och fem där ett inte ”alls stämmer överens”, och fem ”stämmer precis”. Korrelationerna mellan de positiva och neutrala påståendena var 0,77, 0,77, 0,72, 0,89, 0,77 och 0,82 (för respektive extraversion, öppenhet, samstämmighet, samvetsgrannhet och emotionell stabilitet), vilket innebär att de neutrala skalorna är relaterade till de positiva. De 28 påståendena på social önskvärdhet har sitt ursprung i Paulhus (1995) forskning kring SD och IM (Paulhus, 1995), den version som används är den variant som utvecklats inom ramen för IPIP. Dessa påståenden var till för att mäta huruvida social önskvärdhet är relaterat till de fem personlighetsdimensionerna, men även för att ge oss en indikation på relationen mellan social önskvärdhet och hur försökspersonerna reagerar på neutrala påståenden.

Procedur

Det som åtskiljde våra tre grupper är de instruktioner vi gav testdeltagarna innan de tog testet. Grupp ett fick inga instruktioner och agerade som kontrollgrupp. I grupp två gav vi försöksdeltagarna kort och koncis information om vad social önskvärdhet innebär, vilka problem det innebär för mätning av personlighet och hur man kan upptäcka social önskvärdhet med hjälp av inbyggda skalor för SDR. Därefter bad vi deltagarna att svara ärligt och sanningsenligt genom hela testet. Vår förhoppning här var att de skulle skatta sig själva lägre, och mindre socialt önskvärdt, än i de andra grupperna. Instruktionerna för grupp tre gick ut på att deltagarna skulle skatta sig själva som om de befann sig i en rekryteringssituation där personlighetstestet fungerade som komplement till ens CV och

personliga brev. Vår förhoppning var här att förmedlingen av en verklighetsliknande konkurrenssituation skulle generera en mer förskönad bild av deltagarna i självskattningen då de förhoppningsvis skulle förstärka sina positiva attribut för att framstå som en mer attraktiv arbetskraft och tillgång för en eventuell arbetsplats.

Pilottest

Innan vi genomförde vår studie lät vi pilottesta sex personer (två i varje instruktionsgrupp). Syftet med pilottestet var att vi ville få feedback på hur väl våra instruktioner fungerade, huruvida de förstod våra instruktioner och om det var enkelt eller svårt att svara utifrån instruktionerna. Spridningen på samplingen var jämnt fördelad över män och kvinnor. Alla var i åldrarna 20-30 och studerade vid någon samhällsvetenskaplig institution. De två männen som genomförde rekryteringsgruppens test berättade om svårigheterna att överdriva allt för mycket då de trodde att det skulle skina igenom och vara alltför tydligt. De tenderade dock att ge socialt önskvärda svar. De som genomförde ”sanningsenligttestet” berättade om hur de försökte svara så ärligt som möjligt, dock kunde en kort analys av det ena testet bekräfta viss social önskvärdhet. Detta kan dock bero på övriga störningsmoment som instruktionsförståelse, verklig personlighet eller något i omgivningen som störde koncentrationsförmågan hos pilotdeltagarna (då vi valde att testa dem relativt spontant ”här och nu”). Konsekvenserna av pilottestningen var att vi anpassade instruktionerna som gavs i huvudtestningen genom att dels vara extra tydliga i den grupp som ombads att svara ärligt och sanningsenligt, men även att precisera instruktionerna för rekryteringsgruppen för att skapa en verklighetsanknuten instruktion till dem.

Resultat

I experimentet manipulerades social önskvärdhet genom att instruktionerna som gavs till deltagarna varierades. För att pröva om manipulationen fungerade prövade vi med en variansanalys (Oneway) om instruktionsgrupperna skiljde sig åt generellt på det positiva testet. Resultatet för mellangrupps effekten visade att grupperna skiljde sig signifikant åt, $F(2, 147)=10,91, p<0,001, \eta^2 =0,13$. Ett Bonferonnikorrigerat post-hoc test identifierade vilka grupper som skiljde sig åt. Detta visade att den neutrala gruppen skiljde sig signifikant åt ifrån rekryteringsgruppen ($p<0,001$). Gruppen som ombads att svara ärligt och sanningsenligt skiljde sig signifikant åt från rekryteringsgruppen ($p<0,001$), men det fanns däremot ingen

skillnad mellan den grupp som gavs inga instruktioner och gruppen för sanningsenligt ($p > 0,05$). Samma resultat hittades för samtliga personlighetsegenskaper (dimensioner).

Detta innebär att trots att gruppen som ombads att svara ärligt och sanningsenligt skiljde sig inte deras resultat signifikant från den grupp som inte fick några instruktioner alls. På grund av att manipulationen för grupp två hade misslyckats uteslöts den gruppen från den fortsatta analysen som därmed endast testar hypoteser om skillnader mellan gruppen som fick rekryteringsinstruktionen och de som inte fick någon instruktion.

Skattningarna analyserades med en repeated measures ANOVA på personlighetsdimensionerna och testtyperna som inomdividensfaktorer, den förstnämnda med fem nivåer (samstämmighet/vänlighet, samvetsgrannhet, extraversion, öppenhet och emotionell stabilitet) och den sistnämnda med två nivåer (positiv och neutral). Dessutom fanns mellangrupsfaktorn instruktioner med två olika grupper (Inga instruktioner och rekryteringssituation).

Analysen av faktorn dimensioner (de fem dimensionerna i femfaktormodellen) visade en signifikant effekt ($F=30,53$, $p < 0,05$, $\eta^2=0,56$), som innebär att skattningarna på de fem dimensionerna generellt skiljer sig signifikant åt. Faktorn testtyp (positiva eller neutrala påståenden) var signifikant med en mycket stor effekt ($F=422,38$, $p < 0,05$, $\eta^2=0,81$). Detta innebär att det finns en stor signifikant generell skillnad mellan de positiva och de neutrala skalorna. Det positiva testet skattades i allmänhet högre.

Analysen av faktorerna personlighetsdimension och testtyp gav ett signifikant resultat ($F=35,02$, $p < 0,05$, $\eta^2=0,60$). Detta innebär en skillnad mellan positiva och neutrala påståenden över de fem personlighetsdimensionerna.

Relationen mellan faktorn dimensioner och instruktionsgrupperna (inga instruktioner och rekryteringssituation) var inte signifikant ($F=1,39$, $p > 0,05$). Detta innebär att resultaten på de fem dimensionerna inte skilde sig signifikant åt beroende på vilka instruktioner som gavs. Den viktigaste analysen är relationen mellan faktorerna test och instruktionsgrupp där vi tittade på den effekt neutrala påståenden har över de olika instruktionsgrupperna. Här fann vi signifikanta resultat ($F=4,34$, $p < 0,05$, $\eta^2=0,04$), vilket innebär att skillnaden mellan positiva och neutrala påståenden beror på vilken grupp som skattat testet. Gruppernas medelvärden på de positiva påståendena var 3,49 för inga instruktioner och 3,78 för rekryteringssituationen. Medelvärdena för de neutrala påståendena var 3,05 för inga instruktioner och 3,23 för rekryteringssituationen.

Slutligen analyserades interaktionen mellan dimensioner, test och instruktionsgrupper. Resultatet var inte signifikant ($F=1,49, p>0,05$), vilket innebär att instruktionerna inte är signifikant skiljda över dimensionerna och testen.

Den påverkan individernas skattade social önskvärdhet analyserades med en kovariansanalys med faktorerna Self-deception och Impression Management som kovariater. Samma analys som ovan gjordes med skattningarna korrigerade för social önskvärdhet. Skillnaden mellan positiva och neutrala frågor var fortfarande signifikant ($p<0,05, \eta^2=0,06$). Däremot var interaktionseffekten mellan test och instruktionsgrupp nu icke-signifikant ($p=0,97, \eta^2=0,00$). Detta innebär att när man kontrollerade skattningarna för social önskvärdhet så fanns det ingen skillnad mellan hur försökspersonerna reagerar på neutrala och positiva frågor. Därför kan man dra slutsatsen att individuella skillnader i social önskvärdhet påverkar hur man reagerar inför positiva respektive neutrala frågor.

De korrigerade medelvärdena för den positiva skalan är 3,59 (neutral) och 3,68 (rekrytering) och de korrigerade medelvärdena för den neutrala skalan är 3,01 (neutral) och 3,19 (rekrytering). Detta illustrerar i stor utsträckning den påverkan social önskvärdhet har i instruktionsgrupperna.

Diskussion

Syftet med studien var bland annat att studera huruvida olika manipulationer påverkar den effekt social önskvärdhet har i personlighetstestning, samt hypotesen att en semantisk neutralisering av påståenden i självskattningsformuläret kan neutralisera effekten av manipulationen av social önskvärdhet hos försöksdeltagarna.

Våra resultat visar att det finns en signifikant skillnad mellan den neutrala gruppen och rekryteringsgruppen men det fanns ingen skillnad mellan den neutrala gruppen och den grupp som svarade ärligt och sanningsenligt. Detta innebär att den manipulation vi utsatte grupp två för misslyckades och därför valde vi att exkludera den gruppen från vidare analys.

Det resultat som är mest intressant i vår studie är det signifikanta resultatet mellan grupp ett och grupp tre (Inga instruktioner, Rekryteringssituation). Resultatet innebär att det går att manipulera fram social önskvärdhet hos försöksdeltagarna med hjälp av på förhand givna instruktioner.

Vår hypotes går i linje med teorin om att social önskvärdhet fungerar som en överordnad faktor i femfaktorsmodellen då de olika dimensionernas korrelation med varandra kan tillskrivas denna faktor (Bäckström et al., in press). Detta innebär att de påståenden som finns

i självskattningsformulär (FFM) innehåller en semantiskt positiv laddning som aktiverar social önskvärdhet hos försöksdeltagare. Studien gjord av Bäckström et al. (in press) visar att när man omformulerar påståenden till mer neutrala leder det till mindre social önskvärdhet trots att den empiriska strukturen bibehålls. Det signifikanta resultatet från vår studie över faktorerna positiva/neutrala påståenden och instruktionsgrupp ger vidare evidens för fördelen med att använda neutrala påståenden.

Vi tror att den omedvetna fejkningen är lättare att minska med hjälp av neutrala påståenden. Då finns det ingen positiv laddning i orden som uppmuntrar till social önskvärdhet och man skattar sig omedvetet mindre socialt önskvärt utan att behöva manipulera fram det. Den medvetna fejkningen kan också hjälpas av de neutrala påståenden, men rent spekulativt bör medveten förvrängning vara svårare att manipulera då det bör antas att försökspersoner som går in med inställningen att förvränga sina svar (för att exempelvis framställa sig själv bättre i en eventuell rekryteringssituation) redan har bestämt sig för att svara socialt önskvärt och kommer att göra så oavsett påståendenas semantiska struktur.

Våra resultat visade att försöksdeltagarna i rekryteringsgruppen skattade både de neutrala och positiva påståenden generellt högre än i kontrollgruppen, men att neutrala påståendena skattades påverkades i lägre grad än de positiva. Givetvis hade vi velat se starkare effekt i vår studie då sanningsenligtgruppen inte gick att manipulera, men vi fann ändå resultat som stärkte vår hypotes om de neutrala påståendenas effekt. Vi anser att detta lyfter mätprecisionen i personlighetstestning ytterligare vilket medför att det blir en mer reliabel mätmetod. Likt forskningen gjord av Bäckström et al. (2008) visar även vår studie fördelarna av användandet av neutrala påståenden i självskattningsformulär. Dels kan man sänka påverkan från social önskvärdhet på personlighetsdimensionerna som mäter femfaktormodellen. Framförallt så är neutralisering av påståenden en enkel metod att applicera, det är enbart den semantiska formuleringen av orden som man ändrar. När man använder sig utav neutrala påståenden sänker man korrelationen mellan faktorerna vilket medför en bättre faktorstruktur för femfaktormodellen som i sin tur innebär att den mäter de fem personlighetsdimensionerna bättre.

Hur kom det då sig att manipulationen i den grupp som skulle svara ärligt och sanningsenligt misslyckades? Goffin och Woods (1995) rapporterar att i en rekryteringssituation kan förvrängning reduceras genom att informera deltagarna att socialt önskvärda svar kommer att upptäckas och detta kan leda till att de inte får jobbet. Vi hade behövt vara tydligare i våra instruktionskrav till sanningsenligtgruppen då våra försökspersoner inte i nuläget hade någonting att förlora på att inte svara sanningsenligt. Detta

är dock någonting vi finner svårt att genomföra i en studie då man måste ta hänsyn till den etiska principen. Manipulation vi gjorde hade varit enklare att göra i en verklig rekryteringssituation då försöksdeltagaren lättare hade tagit till sig instruktionerna då exempelvis en framtida anställning stod på spel. Vi valde att vara lite mildare i vår framtoning, dels på grund av den etiska principen, men även för att ge ett objektiva och professionellt intryck. Sammantaget kan detta vara en av förklaringarna till att gruppen som gavs instruktioner att svara ärligt inte svarade utifrån de hypoteser vi ställt upp.

McFarland (2003) menade att det räcker att enbart informera om den inbyggda skala som mäter social önskvärdhet i testet så reduceras förfalskningar från försöksdeltagarna. Om man studerar relationen mellan den grupp som inte fick några svarsinstruktioner och den grupp som fick tydliga instruktioner om att svara ärligt och sanningsenligt visar vår studie att det ibland inte räcker med att informera om en inbyggd lögnskala för att förhindra deltagarna att svara socialt önskvärt.

En fråga som vi ställer oss är ifall resultatet för rekryteringsgruppen och för sanningsenligtgruppen uppstår på grund av att det är lättare att försköna bilden av sig själv än att ge en ärlig bild av sig själv? Trots att anonymitet utlovades kan det vara svårt att svara sanningsenligt.

Det finns många olika teorier om social önskvärdhet och hur det uppstår hos försöksdeltagare. Ifall vi går i linje med Paulhus (1984) teori om SD skulle detta innebära att våra försökspersoner förvrängde sina svar omedvetet, och att det inte går att manipulera denna process, men Barrick and Mount (1996) har visat att det går att manipulera den omedvetna strukturen i social önskvärdhet. Om vi hade gått vidare med vår studie och gjort uppföljningstester på nya försökspersoner hade vi ändrat manipulationsinstruktionerna, vilket hade gett oss mer information om huruvida misslyckandet i grupp två berodde på instruktionerna eller något annat externt.

Som vi nämnde innan så hade det varit intressant att göra en uppföljningsstudie med nya försöksdeltagare. Genom att vi valde våra försökspersoner på institutionen för psykologi kan det ha påverkat våra resultat. Försökspersonerna kan ha haft förutfattade meningar om testet, då de som studenter vid institutionen ofta stöter på liknande test. Våra instruktioner hade kunnat vara bättre och tydligare, vi gjorde ett pilottest som inte visade på några större brister i instruktionerna men i de större klasserna kan information ha gått förlorad. Vårt pilottest inkluderade inte en större skara försökspersoner vilket också kan ha gett bristfällig feedback.

Det som var intressant med vår studie var att den grupp där vi bad försöksdeltagarna sätta sig in i en rekryteringssituation skattade signifikant högre än de övriga grupperna. Detta ser vi

som en tydlig indikation på risken med social önskvärdhet i en rekryteringssituation. Genom att använda sig av personlighetstestning i en urvalssituation riskerar man att få data som inte är tillförlitliga. Risken med social önskvärdhet innebär för rekryterare att man inte kan lita på självskattningsformulär till fullo. Med neutrala påståenden reduceras den påverkan social önskvärdhet har, och tillförlitligheten i mätningarna ökar.

Vi hade gärna gjort en uppföljningsstudie då vi hade kunnat fundera mer på olika manipulationstekniker och valt ett större och mer representativt urval. Det hade varit mycket intressant att göra samma studie på icke-studerande försökspersoner. Då hade försöksdeltagarna förmodligen varit mer lyhörda på våra instruktioner eftersom situationen hade varit mer verklig för dem (till exempel i en rekryteringssituation).

Sammanfattningsvis anser vi att de resultat vi har presenterat ytterligare argumenterar för användandet av neutrala påståenden i självskattningsformulär och vi tror att detta kan innebära att självskattningsformulär blir en mer precis och bättre bedömningsmetod för urval och rekrytering i allmänhet.

Referenser

- Allport, G. W., & Odbert, H. S. (1936). Traitnames. A psycho-lexical study. *Psychological Monographs*, 47, no, 211, 171.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1996). Effects of impression management and self-deception on the predictive validity of personality constructs. *Journal of Applied Psychology*, 81, 261-261.
- Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological Bulletin*, 117, 187-215.
- Bäckström, M. (2007). Higher-order factors in a five-factor personality inventory and its relation to social desirability. *European Journal of Psychological Assessment*, 23, 63-63.
- Bäckström, M., Björklund, F., & Larsson, M.R. (in press). Five-factor Inventories Have a Major Higher-order Factor Related to Social Desirability Which Can Be Reduced by Framing Items Neutrally. *Journal of Research in Personality*.
- Cattell, B. R., & Cattell, P. E. H. (1995). Personality Structure and the New Fifth Edition of the 16PF. *Educational and Psychological Measurement*. 1995; 55; 926.

- Cook, M. (2004). *Personnel selection: adding value to people* (4. rev. uppl.). John Wiley And Sons Ltd: Chichester.
- Digman, J. M. (1997). Higher-order factors of the big five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1246–1256.
- Edwards, L. A. (1957). *The Social Desirability Variable in Personality Assessment and Research*. The Dryden Press: New York.
- Eysenck, H. J. (1958). A short questionnaire for the measurement of two dimensions of personality. *Journal of Applied Psychology*, 42, 14-14.
- Eysenck, H. J. (1964). The measurement of personality: A new inventory. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*. Vol 1, 1964, 1-11.
- Eysenck, S. B., & Eysenck, H. J. (1968). The measurement of psychoticism: A study of factor stability and reliability. *British Journal of Social & Clinical Psychology*, 7, 286-294.
- Eysenck, H. J. (1991). Dimensions of personality: 16, 5 or 3? criteria for a taxonomic paradigm. *Personality and Individual Differences*, 12, 773-773.
- Goffin, R. D. & Woods, D. M. (1995). *Using personality testing for personnel selection: Faking and test-taking inductions*. *International Journal of Selection & Assessment*, 3, 227-235.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The big-five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*. Vol 4, Mar 1992, 26-42.
- Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48, 26-34.
- Kahlke, E. och Schmidt, V. (2002), *Arbetsanalys och personbedömning: Att öka träffsäkerheten vid urval och rekrytering*. Studentlitteratur: Lund.
- Mabon, H. (2006). *Arbetspsykologisk testning: om urvalsmetoder i arbetslivet*. Kristianstads Boktryckeri AB: Kristianstad.
- Mathews, G., Deary, I.J. och Whiteman, C.M. (2003). *Personality Traits*. (2nd. ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1983). Social desirability scales: More substance than style. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51, 882-882.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1985). Comparison of EPI and psychoticism scales with measures of the five-factor model of personality. *Personality and Individual Differences*, 6, 587-597.

- McFarland, L. A. (2003). Warning against faking on a personality test: Effects on applicant reactions and personality test scores. *International Journal of Selection and Assessment*, *11*, 265-265.
- Mischel, W. (1969). Continuity and change in personality. *American Psychologist*, *24*, 1012-1018.
- Ones, D. S., Viswesvaran, C., & Reiss, A. D. (1996). Role of social desirability in personality testing for personnel selection: The red herring. *Journal of Applied Psychology*, *81*, 660-660.
- Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, *46*, 598-598.
- Paulhus, D. L., & Reid, D. B. (1991). Enhancement and denial in socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, *60*, 307-307.
- Paulhus, D. L., Bruce, M. N., & Trapnell, P. D. (1995). Effects of self-presentation strategies on personality profiles and their structure. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*, 100-100.
- Pauls, C. A., & Crost, N. W. (2004). Effects of faking on self-deception and impression management scales. *Personality and Individual Differences*, *37*(6), 1137-1137.
- Pauls, C. A., & Stemmler, G. (2003). Substance and bias in social desirability responding. *Personality and Individual Differences*, *35*, 263-275.
- Peabody, D. (1987). Selecting representative trait adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, *52*, 59-71.
- Richman, W. L., Kiesler, S., Weisband, S., & Drasgow, F. (1999). A meta-analytic study of social desirability distortion in computer-administered questionnaires, traditional questionnaires, and interviews. *Journal of Applied Psychology*, *84*, 754-754.
- Saucier, G. (2002). Orthogonal markers for orthogonal factors: The case of the Big Five. *Journal of Research in Personality*, *36*, 1-31.
- Smith, D. B., & Ellingson, J. E. (2002). Substance versus style: A new look at social desirability in motivating contexts. *Journal of Applied Psychology*, *87*, 211-219.
- Viswesvaran, C., Ones, D. S., & Hough, L. M. (2001). Do impression management scales in personality inventories predict managerial job performance ratings? *International Journal of Selection and Assessment*, *9*, 277-277.
- Zerbe, W. J., & Paulhus, D. L. (1987). Socially desirable responding in organizational behavior: A reconception. *Academy of Management Review*, *12*, 250-264.