



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

***Svarar människor mer eller mindre
socialt önskvärt beroende på hur de
genomför ett personlighetstest?***

**Henrik Borglund
Karin Hallin**

Kandidatuppsats ht 2004

Handledare: Martin Bäckström

Abstract

A personality test is a useful tool in recruitment contexts. Studies have shown that participants distort their answers in a socially desirable manner. The purpose of this study was to investigate if people respond more or less socially desirable depending on how they rate themselves in a personality test, based on the “big five” personality dimensions. Eighty people, (40 women and 40 men), 19-42 years, ($M= 24,1$ $SD= 3,76$) rated themselves on a personality test. Group one, (20 women and 20 men) completed the test on paper. Group two, (20 women and 20 men) completed the test verbally. There was no difference in results from either of the test methods. The experimenters influenced the male and the female participants on a measure of social desirability in different ways in both test conditions, ($p < 0,05$).

Key words: Personality test, social desirability, the “big five”

Inledning

Rekrytering av medarbetare görs dagligen i Sverige. Personer blir utifrån sin ansökan med tillhörande meritförteckning utvalda att komma till företaget för att genomföra intervjuer och tester. Dessa tester och intervjuer utförs för att kunna bedöma de arbetssökandes lämplighet gällande den avsedda tjänsten. I många företag består detta urvalsförfarande av flera steg. Arbetssökande kan bli kallade till både en andra och en tredje intervju för att företagets representanter ska kunna skapa sig en så bra bild av den sökande som möjligt. Anledningen till att företag är så måna om vilka personer de rekryterar beror på att det är en kostsam process att slussa in en ny person i organisationen. Det gäller även att de rekryteringsansvariga på företaget förvissas sig om att den sökande väl motsvarar förväntningarna. Om en person anställs som sedermera visar sig vara oförmögen att passa in i organisationen, eller inte klarar av att genomföra sina arbetsuppgifter på ett bra sätt så kostar detta företaget mycket tid och pengar. Trots att urvalskriterierna är många och förfarandet är omfattande sker felrekryteringar.

Många arbetsgivare använder sig av personlighetstester för att välja ut nya möjliga kandidater till lediga tjänster. De arbetssökandes resultat på testerna kan vara en avgörande del i arbetsgivarens beslut om vem de tillsätter.

Vi har valt att koncentrera oss på just personlighetstest och den problematik som är förknippad med resultaten på testen. Ett problem är att predicera hur olika personer kan tänkas jobba och bete sig i arbetssammanhang på grundval av ett personlighetstest. Något som väckte intresset för att ta reda på mer om personlighetstestning är de resultat av undersökningar som visar att arbetssökande väljer att förvränga sina svar på ett sätt som de tror gagnar bilden av dem. Att svara på detta sätt benämns som att svara på ett socialt önskvärt sätt. En anledning till att felrekryteringar fortfarande är frekvent förekommande kan just vara på grund av denna tro att de förvrängda svaren ökar chansen att bli anställd. Att författarna även snart kan tänkas befinna sig i en situation som arbetssökande var också en faktor till att intresset för detta ämne kändes stimulerande.

Finns det någon skillnad i resultaten mellan deltagarna som besvarar personlighetstestet skriftligt eller muntligt?

Vi är i denna studie intresserade av att undersöka de skillnader som kan uppkomma beroende på hur man genomför ett självskattningstest. Genom att låta en grupp deltagare genomföra ett självskattningstest skriftligt och en annan grupp genomföra exakt samma test som en strukturerad intervju tror vi att resultatskillnader kan uppkomma.

En hypotes är att de deltagare som genomför testet som en intervju har svårare att framställa sig på ett sätt som inte motsvarar deras verkliga personlighet. Att det skulle vara svårare att muntligt förvränga sina svar baserar vi på tron om att det i en strukturerad intervjusituation med en okänd försöksledare skulle vara svårare att verbalisera ett förvrängt svar. Vilket skulle resultera i att det är svårare att förvränga sina svar muntligt än skriftligt.

Vi har också en hypotes om att det kan förhålla sig tvärtom, det vill säga att det skulle vara lättare att förvränga sina svar muntligt. I en intervjusituation kan deltagarna bli mer försiktiga med att ge sanningsenliga svar på grund av att de inför försöksledaren vill framhålla att de har en ”bra” personlighet. Enligt Tyler (1973) är den sociala interaktion som finns i en strukturerad intervju speciell eftersom deltagarna vill framställa sig som bra människor.

Resultatet av undersökningen är av intresse eftersom det läggs ner mycket arbete på att förbättra personlighetstests predicerande förmåga. Till exempel försöker man bygga in en skala i testen som anger en hög respektive låg andel socialt önskvärda svar. En stor del av detta arbete handlar om att förändra testens utformning så att de blir svårare att svara på ett oärligt sätt eller så att de går att utläsa vilka personer som inte svarar sanningsenligt. Vi vill fokusera på *testningens* utformning för att få människor att skatta sig mer sanningsenligt och på så sätt få en mer kongruent bild av personligheten. Alltså, påverkar genomförandet om det sker (skriftligt eller muntligt) hur människor skattar sig i ett personlighetstest?

De personlighetstest som används mest frekvent har samma teoretiska bakgrund som utgångspunkt, nämligen den som baserar sig på femfaktormodellen eller "the big five". Femfaktormodellen utgår från att det finns fem grundläggande dimensioner i personligheten som är stabila över tid (Costa & McCrae, 1994). Dessa fem dimensioner kan sägas vara överst på en hierarkiskt uppbyggd modell över personligheten (McCrae & John, 1992).

I nästa del följer en redogörelse för den historiska bakgrunden till femfaktorteorins uppkomst.

The big five

Hur skiljer sig människors personlighet från varandra?

Det här är en fråga som bland annat egenskapsteoretiker undersökt för att kunna identifiera beteenden som definierar människors personlighetsdrag. Egenskapsteori är enligt Egidius (2002) en teori om människans personlighet, där individens sätt att tänka, känna och reagera bestäms av egenskaper som är mätbara.

Under de gångna årtiondena har olika teoretiker dominerat inom detta område och de har utifrån olika teorier och metoder försökt beskriva dessa egenskaper. En av egenskapsteoriens forskningsinriktningar är att beskriva individers personlighet i termer av olika personlighetsdrag. Tillvägagångssättet har varit att förutsäga de olika beteenden en person kan uppvisa i olika situationer. Men egenskapsteoretikerna har även försökt fastställa ett stadigt mönster av dessa beteenden för att därefter kunna ge en beskrivning av personlighetsdragen (Wiggins & Trapnell, 1997).

Allport, Eysenck och Cattell var tre av de teoretiker som försökt beskriva människors personlighet med olika personlighetsdrag. De har betonat människors individuella skillnader genom breda teorier med ansatsen att ge en heltäckande beskrivning av människans egenskaper (Craik, Hogan & Wolfe, 1993).

Denna typ av personlighetsteori har Allport undersökt utifrån en något annorlunda utgångspunkt. Allport (1963) hävdade utifrån en ideografisk ansats att varje person är unik. Den ideografiska metoden går ut på att studera en person på ett djupgående sätt för att få information om personens agerande i olika sammanhang. Han betonade att individen bör studeras utifrån sin historiska och biografiska kontext och att denna

variant av studiemetod ger förklaringar till en individs personlighet. Allport betonade betydelsen av att förstå både de vanligt förekommande beteendena, men han redogjorde även för beteenden som personen vanligtvis inte uppvisade (Allport, 1963).

En annan teoretiker som var verksam inom samma område som Allport var Eysenck. Eysenck använde sig av faktoranalys för att kunna förklara hur olika personlighetsdrag hos individer är relaterade till varandra (Eysenck, 1948). Tyler (1963) har förklarat att faktoranalysen har gjort det möjligt för personlighetspsykologer att på ett systematiskt sätt ta fram de viktigaste underliggande personlighetsdrag som olika individuella skillnader består av. Så snart dessa underliggande personlighetsdrag kan identifieras och mätas, kan personlighetsteoretikerna försöka förklara hur dessa drag ser ut. Valet av de metoder som Eysenck använde sig av för att studera och forska inom personlighetsområdet grundade sig på tron om att både ge en noggrann beskrivning och en allmängiltig förklaring av personlighetsbegreppet. Genom att dela in människors beteenden i olika faktorer så presenterade Eysenck en extraversion, introversion och neuroticism dimensions modell gällande personligheten för att undersöka hur de tre ovannämnda personlighetsdragen interagerade (Eysenck, 1948).

Cattell var en av dem som fortsatte forskningen kring personlighetsegenskaperna. Cattell studerade den naturligt förekommande strukturen i den mänskliga personligheten. Han använde sig av metoder såsom observationsbedömningar och självrapporterande frågeformulär för att kunna erhålla de huvudsakliga personlighetsdragen.

Med hjälp av insamlade frågeformulärsresultat med olika kombinationer av personlighetsdrag så påbörjade han insamlingsarbetet till ett personlighetstest som bland annat mäter personlighetsdrag som introversion och extraversion. Detta personlighetstest heter Sixteen Personality Factor Questionnaire, 16 PF. Cattells 16 PF test är ett standardtest som finns publicerat i olika delar av världen och det används flitigt i samband med personlighetstestning. Testet har i nuläget nått sin femte upplaga (Cattell & Cattell, 1995).

Under åttiotalet utvecklade Costa och McCrae ett personlighetsformulär NEO-PI, (Neo personality Inventory) för att mäta tre breda personlighets dimensioner, nämligen extraversion, öppenhet och stabilitet/instabilitet. De utökade sedan denna modell med två faktorer, vänlighet och samvetsgrannhet (McCrae & Costa, 1992). Den nya omarbetade

modellen som McCrae och Costa utvecklade med de ytterligare två ovannämnda faktorerna heter NEO- PI-R, the revised personality inventory (Anastasi & Urbina, 1997). Forskning har genom åren bedrivits inom området gällande personlighet i en sådan omfattning att flera forskare har en gemensam benämning på detta område, nämligen ”the big five” (McCrae & Costa, 1989). McCrae och Costas fem dimensioner ingår i denna dominerande syn på personlighetsbegreppet. Denna femfaktormodell används som ett underlag till olika personlighetstester, bland annat de test som McCrae och Costa utvecklat. De här fem dimensionerna fångar in ett antal personlighetsvariabler för att man utifrån personlighetstestet ska kunna bedöma vilka personlighetsdrag som de testade visar upp. Det är denna teoretiska ansats som har varit utgångspunkt till personlighetstestet som vi använt oss av i undersökningen.

Goldberg (1993), som konstruerat test utifrån ”the big five” dimensionerna har givit beskrivningar för varje personlighetsdrag som följer nedan.

Extraversion: Extroverta människor tenderar att vara energiska, entusiastiska, dominanta, sociala och pratsamma. Introverta människor tenderar att vara blyga, tillbakadragna, lydiga och tysta.

Vänlighet (agreeableness): Vänliga människor är snälla, samarbetsvilliga, tillitsfulla. De som inte har ett högt värde på denna skala kan uppvisa ett kallt, själviskt och ovänligt beteende.

Samvetsgrannhet (conscientiousness): Samvetsgranna människor är försiktiga, pålitliga, organiserade och ansvarsfulla. De personer som ligger lågt på denna skala är generellt sett tankspridda, oordningssamma och opålitliga.

Emotionell stabilitet/instabilitet (neuroticism): Neurotiska personer kan vara nervösa, spända och oroliga till sättet. Emotionellt stabila människor är lugna och belåtna med tillvaron.

Öppenhet (openness): Öppna personer ger ofta ett intryck att vara fantasifulla, vitsiga, kvicka originella och konstnärliga och har ett intresse för nya upplevelser. Personer som placerar sig på motsatta sidan av skalan är enkla och omärkliga, de har ofta fasta principer om hur saker och ting ska vara.

Personlighetstestning

Traditionellt sett har personlighetstestningen varit till nytta för att mäta olikheter mellan personer och mellan reaktionerna som individer uppvisar under olika förhållanden. Det var i samband med första världskriget som framväxten av personlighetstesten tog fart. De kom till användning i det sammanhanget för att kunna välja ut och klassificera militär personal (Anastasi & Urbina, 1997).

Allport, Eysenck och Cattell är tre teoretiker vilka vi tidigare nämnt som alla har haft en stor betydelse inom personlighetsforskningen. De har även bidragit inom forskningsområdet kring personlighetstest (Mabon, 2002). Ett psykologiskt test är framför allt ett objektiva och standardiserat instrument och det används för att mäta ett stickprov av individens beteende. För att kunna standardisera ett test så delas det ut till en stor representativ stickprovsgrupp. Denna grupp (det standardiserade stickprovet) har som funktion att etablera normerna i testet (Anastasi & Urbina, 1997). Personlighetstest är uppbyggda på olika sätt. Frågorna ser olika ut beroende på vad man är ute efter att mäta i en persons beteende (Cook, 1998).

Personlighetstest används inom andra områden än just arbetspsykologiska sammanhang. De nyttjas inom utbildningssatsningar, för att mäta sociala attityder och i vissa fall för att få en uppfattning om barns psykiska utveckling (Anastasi & Urbina, 1997).

Hur har användandet av personlighetstest historiskt sett ut i Sverige?

Under 1960-talet hade psykologförbundet monopol på all testanvändning i landet. Men i början av 1970-talet opponerade sig majoriteten av psykologkåren mot att använda sig av personlighetstesterna. Testen ansågs inte vara tillförlitliga och testerna hade då även inslag av politiska ställningstaganden (Littorin, 1994). I början av 1990-talet började personlighetstestningen ta fart igen. Fram växte en samstämmighet bland forskarna att personligheten baserade sig på fem olika personlighetsdrag, "the big five" och många test konstruerades utifrån denna ansats (Mabon, 2002). Mabon förklarar att det i dagsläget bara är Psykologiförlaget som erbjuder mer än ett personlighetstest. Psykologiförlaget samarbetar fortfarande med den före detta ägaren Sveriges psykologförbund. Båda parterna är intresserade av att få en så stor mångfald test som möjligt gällande testens ansats och utgångspunkter för att få dem distribuerade till psykologkåren. Det är viktigt att det är just Psykologiförlaget som distribuerar testen eftersom mindre tillförlitliga test

florerar på testmarknaden. Alla test som finns att tillgå är inte upphovsrättsskyddade vilket kan leda till att personer kan gå in och göra ändringar i testet och på så sätt minska validiteten (Mabon, 2002).

Personlighetstest avser att mäta olika egenskaper som formar individens personlighet. Vanliga egenskaper som mäts och utvärderas i samband med personlighetstestning är exempelvis kreativitet, attityder, intressen och uthållighet (Littorin, 1994). Ett exempel på ett test som tidigare nämnts är NEO-PI- R testet, som används i stor utsträckning inom personlighetstestningen. Det utvecklades av McCrae och Costa. Testen som har framställts utifrån fem faktormodellen och mäter bland annat drag som öppenhet och samvetsgrannhet. Dessa har blivit accepterade för utforskningen av personlighetsdragen i anställningssammanhang (Anastasi & Urbina, 1997).

I urvalsproceduren får vanligen den testade fylla i ett eller flera frågeformulär. Tanken är att testresultaten ska hjälpa arbetsgivare att kunna dra rätt slutsatser kring den arbetsökande personen. Inom arbetslivet vill testanvändaren kunna avgöra om kandidaten kommer att lyckas på den nya befattningen. Testen används i stor omfattning i samband med rekrytering och urval. Hur väl testresultaten kan förklara personens sanna egenskaper är en omdiskuterad fråga. Enligt Littorin (1994) kan personlighetstest som används i anställningssammanhang förklara upp till 10- 20 procent av det som man behöver veta för att kunna göra en riktig personlighetsbedömning.

Barrick & Mounts (1991) undersökning visar på att personlighetstest faktiskt har en förmåga att predicera hur väl människor kommer att utföra ett visst jobb. De använde sig av ett test utformat efter "big five" modellen och undersökte fem olika typer av jobb. Samvetsgrannhet var den variabel som hade en stark relation till samtliga typer av jobb och framgång inom dessa. Även extraversion visade sig vara bra på att predicera arbetsprestation inom yrken som involverar mycket social interaktion. Många företagare använder sig av personlighetstestning som underlag i urvalsproceduren. De som är ansvariga för rekryteringar vill säkerställa att de använder sig av metoder för att den mest "passande" personen för den lediga tjänsten verkligen ska anställas (Littorin, 1994). Personlighetstest som är avsedda för testning inom arbetslivet tjänar som ett av underlagen i rekryteringssammanhang. Dessutom används intervjuer. I det kommande avsnittet ger vi en redogörelse för vilka faktorer som påverkar intervjusituationen.

Intervjusituationen

När en person försätts i en intervjusituation så kommer resultaten av intervjun utgöra en produkt av hur denna person uppfattat och upplevt situationen (Tyler, 1973). Intervjuer i urvalssammanhang kan vara olika till sin karaktär. Man talar om öppna, semi strukturerade eller strukturerade intervjuer (Anastasi & Urbina, 1997). Den strukturerade intervjun innebär att den personen som intervjuar utgår från ett manus där frågorna som ställs på förhand är fastställda. Intervjuarens bedömning är på förhand strukturerad och klassificerad och relaterad till befattningens krav, därmed ställs samma frågor till alla sökande (Cook, 1998).

Gordon (1971) menade att förutsättningar för att den strukturerade intervjun ska bli så bra som möjligt är att personen som intervjuar ska förhålla sig objektiv samt uppträda på ett obesvärat sätt. Intervjuaren ska också presentera frågorna på ett neutralt sätt. Det sätt som frågorna i undersökningen är formulerade på har även en stor betydelse för den sökande. Ett villkor att uppfylla för att erhålla så tillförlitlig information som möjligt är att de som intervjuas har förståelse för innebörden av frågorna.

Sudman och Bradburn (1982) har betonat andra viktiga aspekter som har stor betydelse när man genomför en strukturerad intervju. Intervjuarens uppträdande gentemot den som blir intervjuad har en stor inverkan. De menar att det gäller att kunna lyckas skapa ett förtroendefullt förhållande till den man intervjuar genom att göra klart för personen som intervjuas om att intervjun sker i avskildhet och att samtalet genomförs anonymt. Att kunna skapa ett intresse för personen som blir intervjuad och att kunna engagera deltagaren i intervjun är ytterligare två viktiga faktorer att ta hänsyn till i denna situation. Även Tyler (1973) har poängterat att den strukturerade intervjun skiljer sig från andra typer av intervjuer. Det är ett moment av socialt samspel mellan två människor, där båda parter är bundna till specifika sociala normer. Att se intervjun som ett speciellt fall av vanlig social interaktion hjälper oss att förstå källorna till felen i en intervjufrågeställnings process. Deltagarna är intresserade av att framstå som ”bra” människor. De vill kunna uppträda som bra respondenter, de vill även uppträda på ett bra sätt inför den personen som intervjuar dem.

Sudman, Bradburn och Schwarz (1996) har beskrivit den process som en deltagare genomgår när de medverkar i en strukturerad intervju. Deltagarna försöker först att

förstå frågan, därefter skapa en mening för dem själva i frågan. Det handlar inte enbart om att förstå innebörden i orden utan också att bestämma vad intervjuaren har för avsikt med frågan. När detta är gjort försöker respondenten samla relevant personlig information gällande frågan. Ibland kan denna information finnas lättillgänglig. Åsikter om frågan eller påståendet kan ha utformats vid ett tidigare tillfälle. Om så inte är fallet tar processen längre tid. Då är deltagaren tvungen att gå djupare tillbaka i tiden för att hitta ett minne som bedöms vara relevant för svarsutformningen. På grund av att många undersökningar är utformade på ett sätt som deltagaren upplever som stressande används bara bråkdelen av vår minneskapacitet eftersom man då nöjer sig med det senaste och mest tillgängliga minnet som är representativt för frågan. Denna typ av undersökningar tenderar därför att vara väldigt situationsspecifika. Efter att ha bedömt frågan och utformat ett svar får deltagaren i en strukturerad intervju anpassa sitt svar till de alternativ som forskaren har förutbestämt. Anpassningen kan leda till en förändring av svaret och på så sätt kan svarsalternativen komma att påverka undersökningen. Den sista delen i den process som sker innan svaret uttrycks är att deltagaren slutligen redigerar sitt svar en sista gång med anledning av självpresentation (impression management) och social önskvärdhet (Sudman, Bradburn & Schwarz, 1996). Social önskvärdhet och självpresentation (impression management) är alltså två begrepp som kan påverka svarsåtergivningen. I kommande två avsnitt beskrivs dessa begrepp.

Social önskvärdhet

Genomförda undersökningar visar att personlighetstest som är baserade på ”the big five” är bra på att predicera hur väl man kommer att klara av ett nytt jobb (Barrick & Mount, 1991, Ones, Chockalingam & Schmidt, 1993). Detta har, som vi tidigare påtalat, lett till ett uppsving för användandet av personlighetstest i rekryteringssituationer. Många undersökningar visar att människor har en tendens att svara på ett socialt önskvärt sätt när de skattar sig själva på ett personlighetstest. Att svara på ett socialt önskvärt sätt innebär det att det finns egenskaper som i samhället värderas som mer socialt önskvärda än andra personlighetsdrag. Genom att använda sig av de stereotypa uppfattningar om hur man bör vara för att till exempel få ett jobb som säljare förvränger vi våra svar på ett sätt så att de bättre överrensstämmer med de stereotyper vi har om hur en säljares personlighet bör vara. Det är inte enbart i rekryteringssituationer som

människor skattar sig själva på ett socialt önskvärt sätt. Även utanför dessa situationer gör vi det. Det är då inte en stereotyp om hur man bör vara för att uppfattas som en attraktiv säljare som påverkar hur vi svarar, utan det är då den sociala kontext som vi befinner oss i som styr vårt beteende. McCrae och Costa (1983) förklarar social önskvärdhet som ett generellt begrepp för att förvränga självskattningar på ett fördelaktigt sätt.

Social önskvärdhet är på intet sätt ett nytt begrepp, Edwards (1957) diskuterar ingående begreppet och menar att man i alla personlighetspåståenden som avser att mäta ett personlighetsdrag kan erhålla ett mått av social önskvärdhet. Edwards klassificerar socialönskvärdhet som en egen dimension i personligheten men som alltså går att utläsa i ett påstående som till exempel rör extraversion. Han menar att vad som uppfattas som socialtönskvärt i personligheten är kulturellt bundet. Påståenden som avser mäta socialönskvärdhet uppfattas därför olika beroende på vilken kultur man tillhör. Edwards hävdar inte enbart att det är kulturella skillnader som skapar skillnader i vår uppfattning om vad som är socialtönskvärt eller inte. Han påtalar även att det kan finnas skillnader i uppfattningen mellan så kallade ”judging groups” (Edwards, 1957) om dessa grupper tillhör olika populationer. Samma påstående kan uppfattas olika beroende på vilket kön, socialgrupp, eller åldersgrupp man undersöker.

I en metaanalytisk studie av Richman, Kiesler, Weisb och Drasgow (1999) presenteras resultat som visar att testpersoner påverkas av hur de fyller i ett test. En metaanalys är en statistisk analysmetod där resultat från olika studier (som kan ha utförts med olika mätmetoder) sammanförs och analyseras för att kunna dra generella slutsatser (Aron & Aron, 1999). I Richmans et al. studie är test som genomförts med papper och penna, datorer och strukturerade intervjuer inkluderade. De självskattningstest som finns med i deras analys handlar bland annat om droganvändning, sexualvanor, kriminell bakgrund, finansiellställning och personlighet. Resultatet av studien visade att man i högre utsträckning använder sig av socialt önskvärda svar när man svarar på frågor i en intervjusituation än om man avger sina svar enskilt i en datoriserad version av intervjun. Skillnaden i socialtönskvärda svar beroende på om man svarat i en intervjusituation eller med hjälp av en dator var ännu större när frågorna var av känslig natur. I studien redovisas inte huruvida det finns skillnader i social önskvärdhet mellan testpersonernas

svar i en intervju eller i ett papper och penna test. Richman et al. fann väldigt små skillnader beroende på om man genomför ett test med penna och papper eller på en dator. De påpekar att resultaten ska tolkas med försiktighet eftersom en del av de studier som deras metaanalys baserar sig på genomfördes under 1970 och 1980-talet och att reliabiliteten i alla studierna inte går att stärka.

Holden, Wood och Tomaszewski (2001) har undersökt huruvida en tidsbegränsning i svarsåtergivningen reducerar förvrängningar i svaren. Ett perspektiv som de redovisar i sin undersökning är att det tar tid att ljuga, en allmän kännedom är den som sammankopplar en tvekan med en lögn. Utifrån detta perspektiv resonerar de kring att om man reducerar den tid som försökspersonerna har på sig att avge ett svar, så kan man motverka att försökspersonerna förvränger sina svar. Detta skulle då resultera i att den sociala önskvärldheten reduceras. Ett personlighetstest med tidsbegränsning skulle således ge en mer sanningsenlig bild av en människas personlighet. Ett motsäggande perspektiv är det som Hsu, Santelli och Hsu (1989) förespråkar. De menar att förvrängning av svar på ett personlighetstest istället är förknippat med snabbare svarsåtergivning. Att förvränga sina svar är mer primitivt och kräver därför en mindre kognitiv process tid. Holdens et al. undersökning visade inte några signifikanta skillnader i den sociala önskvärldheten mellan de försökspersoner som var tidsbegränsade i sina svar och de som inte hade någon tidsbegränsning.

Många forskare, där ibland Paulhus (1984), menar att det finns två sätt att klassificera socialt önskvärda svar. Det ena sättet, ”self-deception”, är en omedveten form av självbedrägeri där respondenterna tror på sina positiva självskattningar. Impression management, som är det andra sättet, är ett medvetet sätt att dölja eller framhäva vissa sidor av de personliga egenskaperna. I en undersökning av Paulhus (1984) genomförde en grupp deltagare ett personlighetstest under anonyma förhållanden. De fick lämna sina svar i en låda på väg ut från rummet där testningen genomförts. En andra grupp genomförde samma test men med skillnaden att de fick lämna namn, adress och telefonnummer på testet. Deltagarna i denna grupp fick lämna in sina svar direkt till försöksledarna så att de kunde kontrollera att deltagarna hade förstått frågorna och kunde känna igen dem om de blev utvalda för att delta i fortsatta tester. Paulhus hypotes var att den grupp som genomförde testen under anonyma förhållanden skulle ha lägre

andel svar som är förknippade med impression management än den grupp som genomförde testen under offentliga förhållanden. Resultaten visade att Paulhus hypotes stämde. Det fanns dock inga skillnader mellan grupperna i socialt önskvärda svar som går att leda till self-deception. Utifrån de resultat som undersökningen gav menar Paulhus att man i personlighetstest bör kontrollera för impression management men inte self-deception.

Nästa del behandlar begreppet impression management.

Impression Management

Vi har från tidig ålder blivit uppfostrade till att våga vara oss själva, att våga gå vår egen väg, att fritt uttrycka våra åsikter, att inte anpassa oss och omforma oss till vad andra tycker. Hur andra människor uppfattar oss är inte det viktigaste, utan det är istället vi, som individer, som ska kunna känna att vi får uttrycka oss och uppföra oss på det sätt som vi vill. Att det inte riktigt är på detta sätt står klart när vi blir äldre. Snarare är det tvärtom. Det är viktigt att passa in. Vi lägger stor vikt vid hur andra människor uppfattar oss (Leary, 1996). Leary menar att det knappt finns en enda social situation då man inte funderar på hur andra människor uppfattar och utvärderar en. Den process som försöker kontrollera hur man uppfattas och värderas av andra kallas för *impression management*. Att man till exempel berättar att man aldrig har stulit någonting i hela sitt liv, städar lägenheten innan mormor och morfar kommer på besök och se till att alltid komma i tid till föreläsningarna är olika sätt på hur man kanske agerar för att försöka ge ett intryck av att vara en ärlig, skötsam eller respektfull person. Vår vilja att uppfattas på ett speciellt sätt leder inte sällan till att vi överdriver vissa saker om oss själva; ”Jag pluggade bara en timme inför tentan och fick ändå VG”. Det finns också tillfällen då vår strävan att uppfattas på ett visst sätt leder till att vi ljuger om oss själva. Vanligtvis ljuger eller överdriver vi inte utan väljer att avslöja de delar av oss själva som vi tror skapar ett gott intryck hos motparten. Oftast när vi vill göra ett intryck på någon handlar det om ett positivt intryck och då framställer vi oss på ett socialt önskvärt sätt. Vi ser hellre att människor uppfattar oss som ärliga än oärliga och givmilda än snåla. Impression management och social önskvärdhet går alltså hand i hand.

Vilka undersökningar har visat sig reducera den sociala önskvärdheten i personlighetstest? Kan man genomföra testet på ett annat sätt, så att benägenheten att förvränga svaren minskar?

McFarland (2003) genomförde en undersökning baserad på personlighetstest med avsikt att reducera den sociala önskvärdheten. Hälften av deltagarna varnades att det i detta personlighetstest fanns en inbyggd skala som var utformad på ett sätt som avsåg att mäta hur pass socialt önskvärt man skattade sig själv. En andra grupp genomförde testet utan att varnas för denna skala. Innan testet genomfördes ombads deltagarna i de båda grupperna att de skulle skatta sig själva som om de befann sig i en situation som arbetssökande. Den varnade gruppen fick dessutom reda på att om deras resultat skulle vara för höga skulle deras resultat exkluderas och behandlas som felaktiga. I en jämförelse mellan de båda grupperna visade det sig att den grupp som hade blivit varnad hade skattat sig signifikant lägre än den grupp som enbart hade fått en instruktion om att svara som om de vore i en arbetssökande situation. Att varna testdeltagare om att det finns möjligheter att avslöja dem om de svarar på ett oärligt sätt visade sig ha konsekvenser i samband med personlighets mätning i form av självskattningstest. Då det blev stora skillnader bland testdeltagarna mellan de båda grupperna som jämfördes i undersökningen menade McFarland att konsekvenserna var av positiv karaktär.

Traditionellt sätt så läser testdeltagaren påståendena själv och besvarar personlighetstest skriftligt, så även i McFarlands undersökning. I vår studie är vi intresserade av att undersöka om det går att minska den sociala önskvärdheten på testet genom att försöksledaren läser påståendena och låter testdeltagaren med en specifik mening muntligt återge ett svarsalternativ. Intresset till att genomföra denna undersökning ligger i den problematik som vi förknippar med standardiserade personlighetstest. Ger de en rättvis bild av en individs personlighet? Är den testmetod som man idag använder sig av den bästa? Genom att skapa en situation där den som genomför testet är tvungen att verbalt uttrycka det skattningalternativ som bäst beskriver dennes bild av sig själv vill vi undersöka om det uppstår skillnader i hur socialt önskvärt man framställer sig.

Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka om människor svarar mer eller mindre socialtönskvärt beroende på hur de genomför ett personlighetstest.

Metod

Undersökningsdeltagare

I undersökningen deltog åttio personer. Fyrtio personer var kvinnor och fyrtio personer var män. Deltagarna utgjordes huvudsakligen av studenter vid Lunds universitet och de var i åldrarna 19- 42 år ($M = 24,1$ $SD = 3,76$).

Rekryteringen av deltagarna genomfördes i anslutning till tre av universitetets institutioner, statsvetenskapliga institutionen, psykologiska institutionen och litteraturvetenskapliga institutionen. Deltagarna tillfrågades slumpmässigt om att genomföra ett personlighetstest anonymt. Samtliga personer som deltog var för oss okända.

Material

I undersökningen använde vi oss av ett test som bestod av två delar, ett personlighetstest och ett impression management test.

Personlighetstestet:

Personlighetstestet som vi använde oss av under undersökningens gång bygger på Lewis R. Goldbergs arbete IpIp, (The International personality Item pool). Testet finns på hemsidan <http://ipip.ori.org/newQform50b5.htm>. Syftet med IpIp är att andra forskare ska kunna ha tillgång till testet för att ytterligare kunna fortsätta utvecklingen av personlighetstesten. Goldberg har på sin hemsida förklarat att andra personlighetsinventorier som 16PF och NEO- PI är upphovsägda test och att de därför inte finns tillgängliga för att andra ska kunna ta del av informationen. Goldbergs IpIp personlighetstest som vi använde oss av i studien är ett test som Martin Bäckström på psykologiska institutionen vid Lunds universitet har översatt till svenska.

Personlighetstestet (se appendix) bestod av femtio påståenden som avsåg att mäta fem olika faktorer bland individers personlighet. Dessa faktorer refereras till ”the big five” och innefattar; öppenhet, extraversion, vänlighet, samvetsgrannhet och stabilitet. Tio påståenden avsåg att mäta ett och samma personlighetsdrag, exempelvis samvetsgrannhet. Hur påståendena i testet ordnades inför testtillfällena bestämdes av författarna, så att påståendena som liknade varandra och mätte samma personlighetsdrag placerades på åtskilda ställen i testet. Testet var strukturerat så att deltagarna fick besvara påståendena utifrån en femgradig skala där alternativen ”stämmer inte alls” till ”stämmer precis” ingick (se appendix).

Testets interna reliabilitet bestämdes utifrån Cronbach’s alpha. Värdena för respektive variabel var: vänlighet 0,77, öppenhet 0,80, stabilitet 0,89, extraversion 0,86 och samvetsgrannhet 0,80. I ett personlighetstest ska alpha värdena vara minst 0,70 för att testet ska anses vara reliabelt (Aron & Aron, 1999).

Impression managementtestet:

Impression managementtestet bestod av tjugo påstående som mätte hur deltagarna svarar på påståenden som rör situationsbundenheter där begrepp som makt, sanning och fuskande ingick (se appendix). Detta test hämtades från Goldbergs (The International personality Item pool) och det finns tillgängligt på hemsidan <http://www.ipip.ori.org/newSingleconstructs.htm>. Vi använde oss av samma svarsalternativ skala som för personlighetstestet, nämligen ”stämmer inte alls” till ”stämmer precis”.

Den interna reliabiliteten i impression managementtestet var 0,82 och bestämdes också utifrån Cronbach’s alpha värde.

Procedur och design

Deltagarna som rekryterades till undersökningen genomförde personlighetstestet på två olika sätt. Varje grupp fick en skriftlig instruktion om hur de skulle besvara testet. En grupp innehållandes 20 män och 20 kvinnor besvarade alla påståenden skriftligt. Den andra gruppen, 20 män och 20 kvinnor, fick påståendena i personlighetstestet upplästa för sig och fick återge ett muntligt svar till varje påstående. Båda grupperna fick

skriftligt skatta sig på de 20 påståendena som impression managementtestet innehöll. Försöksledarna utförde exakt lika många undersökningar var med lika många män och kvinnor i de båda grupperna.

Deltagarna genomförde undersökningen på två olika sätt.

Grupp 1

Denna grupp fick följande skriftliga instruktion om hur de med papper och penna skulle besvara alla påståenden i de båda testen.

”Du skall fylla i ett personlighetstest som består av 50 påståenden. Denna typ av test används av arbetsgivare i rekryteringssammanhang. Det finns ingen tidsbegränsning, men tänk inte för länge på varje påstående utan kryssa för det skattningsalternativ du först tycker passar in.

Du ska försöka svara så sanningsenligt som du kan. Testet är anonymt och du kan när som helst välja att avbryta testet.

Här följer tre exempel från de påståenden som testet består av. Försök undvika att skatta hur du känner dig just nu och inrikta dig mot hur du oftast uppfattar dig. Välj det svarsalternativ som stämmer bäst in på dig. Endast ett svar per påstående.”

	Stämmer inte alls	Stämmer dåligt	Stämmer delvis	Stämmer bra	Stämmer precis
Blir lätt stressad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Är grundlig i mitt arbete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pratar med en massa olika människor under en fest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Deltagarna fick i ett avskilt rum tillsammans med en av försöksledarna genomföra personlighetstestet. När testet var genomfört fick deltagarna på samma sätt skatta sig på impression managementtestet som bestod av 20 påståenden. I denna grupp ingick 20 män och 20 kvinnor (M= 24,1). Hälften av männen samt hälften av kvinnorna genomförde testet med en kvinnlig försöksledare den andra hälften med en manlig.

Grupp 2

Denna grupp fick följande skriftliga instruktion om hur de muntligen skulle besvara påståendena som tillhörde personlighetstestet.

”Du ska muntligt svara på ett personlighetstest som består av 50 påståenden. Denna typ av test används av arbetsgivare i rekryteringssammanhang. Det finns ingen tidsbegränsning, men tänk inte för länge på varje påstående utan kryssa för det skattningsalternativ du först tycker passar in. Du ska försöka svara så sanningsenligt som du kan. Försök undvika att skatta hur du känner dig just nu och inrikta dig mot hur du oftast uppfattar dig. Testet är anonymt, och du kan när som helst välja att avbryta testet.”

Du svarar på påståendena på detta sätt:

Har lätt för att ta kontakt med människor?

Svar: *Det stämmer?.....in på mig.*

Det finns fem alternativ till att besvara varje fråga.

1. inte alls
2. dåligt
3. delvis
4. bra
5. precis

Försöksledaren läste upp påståendena på ett så värdeneutralt sätt som möjligt och deltagarna fick svara med meningen ”det stämmer in på mig”. Stor vikt lades vid att deltagarna i denna grupp verkligen besvarade varje påstående på detta sätt. De påståenden som innefattades av impression managementtestet besvarades skriftligt på samma sätt som deltagarna i grupp 1. I denna grupp deltog samtliga försökspersoner 20 kvinnor och 20 män (M = 24,0).

Efter att en deltagare genomfört sitt test förklarades syftet med studien. Samtliga deltagare i de båda grupperna blev införstådda med syftet och blev sedan tillfrågade om de ville ta del av resultatet av studien via e- post. Varje deltagare ombads att inte berätta för sina vänner hur testet genomförts och vad det gick ut på. Vi betonade vikten av att

inte berätta föra det vidare för att minimera risken att rekrytera deltagare med en förförståelse som skulle minska reliabiliteten i testet.

Databearbetning

För att kunna bearbeta våra svar användes SPSS, 11.5. Skattningalternativen till varje påstående motsvarade 1, 2, 3, 4, eller 5 poäng. För att kunna skapa sex olika variabler (extraversion, stabilitet, öppenhet, samvetsgrannhet, vänlighet samt en för impression management) adderades poängen på de påståenden som innefattades av en och samma variabel. Detta gjordes genom att poängen på de påståenden som var utformade på ett omvänt sätt transformerades om och kom att motsvara en annan poäng¹. All data förutom stabilitet var normalfördelad. I variabeln stabilitet fanns två extremt låga poäng, så kallade extremvärden eller ”outliers”. När dessa värden exkluderades var även variabeln stabilitet normalfördelad. Analyser av datan genomfördes när värdena var uteslutna men det påverkade inte resultaten. Eftersom resultaten inte påverkades kunde vi bortse från att variabeln stabilitet inte var normalfördelad och förändrade därför inte undersökningens rådata.

Deskriptiva data för kön och ålder togs fram. Därefter bestod databearbetningen av att genomföra t-test av samtliga variabler. I de vidare analyser som utfördes genomfördes F-test för att undersöka om det fanns några systematiska variationer i svarsresultaten mellan grupperna manliga och kvinnliga testdeltagare samt försöksledarna.

Resultat

Vårt syfte med undersökningen var att undersöka om människor att svarar mer eller mindre socialt önskvärt beroende på hur de genomförde ett personlighetstest. Grupp ett

¹ Om ett svar på påståendet som t.ex. ”Har svårt att ta kontakt med andra människor”, där en hög skattningspoäng pekade på ett introvert personlighetsdrag, vilket i detta fall skulle vara en 5:a som indikerade ett introvert personlighetsdrag transformerades den till en 1:a. Anledningen till att den transformerades till en 1:a beror på att variabeln inte avser att mäta det introverta i personligheten utan tvärtom det extroverta.

skattade sig skriftligt på de påståenden som testet innehöll. Grupp två fick muntligt besvara hur väl påståendena passade in på dem. För att undvika att resultaten mellan de båda grupperna skulle kunna påverkas av könsskillnader genomfördes undersökningen så att exakt lika många kvinnliga och manliga deltagare ingick i de båda grupperna. Uppdelningen, manliga och kvinnliga deltagare i de två grupperna var även exakt lika mellan de båda försöksledarna så att den eventuella påverkan som de hade på deltagarna kunde uteslutas i en analys av resultaten.

Nedan presenteras först resultaten mellan den grupp som genomförde testet skriftligt och den grupp som genomförde testet som en strukturerad intervju. Därefter redovisas resultaten för hur deltagarna påverkades av försöksledarna. I den sista resultat delen presenteras resultat som visar en skillnad i deltagarnas sociala önskvärdhet beroende på försöksledaren.

1. Förhållandet mellan de två grupperna gällande socialönskvärdhet

För att undersöka om det fanns någon skillnad i medelvärdena mellan de två grupperna i socialönskvärdhet genomfördes oberoende t-test av samtliga variabler. Resultaten redovisas i tabellen nedan.

Tabell 1

Medelvärden för respektive grupp och variabel

	GRUPP	N	Medelvärde	Standard- avvikelse
VÄNLIGHET	Muntlig	40	39,63	4,68
	Skriftlig	40	40,20	3,72
ÖPPENHET	Muntlig	40	39,15	4,84
	Skriftlig	40	38,40	4,51
STABILITET	Muntlig	40	33,58	7,33
	Skriftlig	40	32,50	6,28
SAMVETSGRANNHET	Muntlig	40	33,08	5,18
	Skriftlig	40	33,25	6,48
EXTRAVERSION	Muntlig	40	36,35	5,73
	Skriftlig	40	36,38	5,71

I tabell 1 redovisades skillnaderna mellan gruppernas medelvärden, en skillnad som var obetydlig och således resulterade i att inga medelvärdesskillnader var signifikanta. För variabeln vänlighet ($M = 39,60; 40,20$), $t(78) = -0,61$, $p > 0,05$, öppenhet ($M = 39,20; 38,40$), $t(78) = 0,72$, $p > 0,05$, stabilitet ($M = 33,60; 32,50$),

$t(78) = 0,71, p > 0,05$, samvetsgrannhet ($M = 33,10; 33,30$), $t(78) = -0,13, p > 0,05$, extraversion ($M = 36,40; 36,40$), $t(78) = -0,02, p > 0,05$.

Resultaten som presenterades ovan visade alltså att det inte fanns någon skillnad beroende på om man genomförde testet skriftligt eller om man fick besvara påståendena som en strukturerad intervju.

2. Försöksledarens påverkan på manliga och kvinnliga deltagare gällande impression management

Ett intresse av att vidarebearbeta insamlad data resulterade i att en signifikant skillnad upptäcktes. Skillnaden bestod i hur manliga och kvinnliga testdeltagare skattar sig beroende på vilken försöksledare som genomförde testningen.

Diagram 1 på följande sida visar en signifikant skillnad i hur deltagarna skattade sig på impression managementtestet beroende på vilken försöksledare som genomförde testningen. Kvinnor som träffade den kvinnliga försöksledaren hade en något $F(1, 76) = 6,50, p < 0,05$ högre poäng på impression management testet än män som träffade den kvinnliga försöksledaren. Det fanns även en signifikant skillnad, i hur männen svarade beroende på försöksledarens kön $t(38) = -2,485, p < 0,05$. Män som träffade den manliga försöksledaren hade högre poäng än män som träffade den kvinnliga försöksledaren.

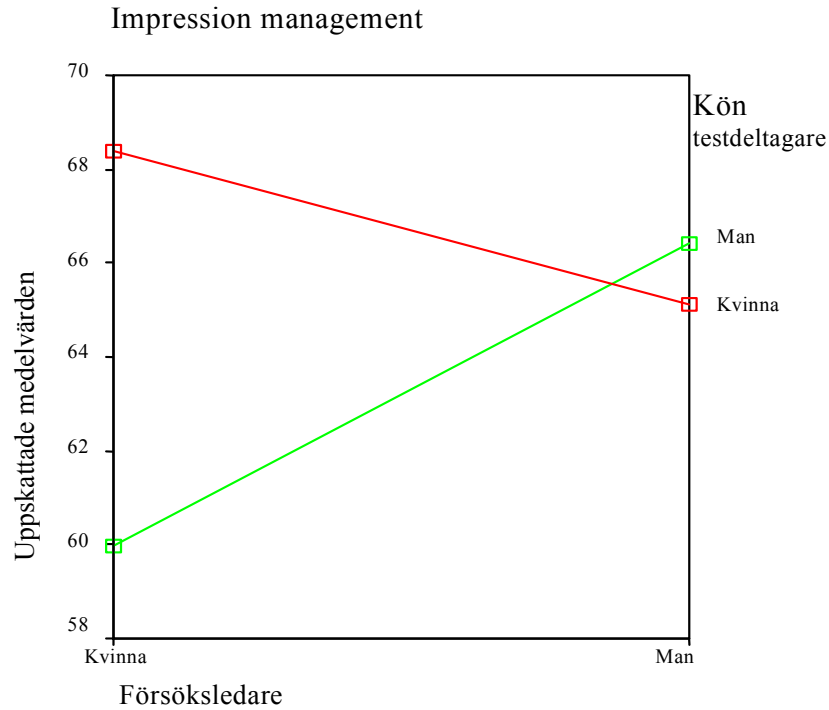


Diagram 1. Skillnaden i hur kvinnor och män svarade på impression management med avseende på försöksledarens kön.

En skillnad i resultaten mellan hur kvinnor och män svarade beroende på försöksledaren erhöles också när vi analyserade variabeln samvetsgrannhet. Diagram 2 visar en skillnad i hur kvinnliga testdeltagare, när de träffade den kvinnliga försöksledaren, framställde sig mer samvetsgrant än när de träffade den manlige försöksledaren. Resultatet var inte signifikant, $F(1, 76) = 3,32$, $p = 0,073$ men vi ansåg att det fanns en tendens som var värd att redovisa.

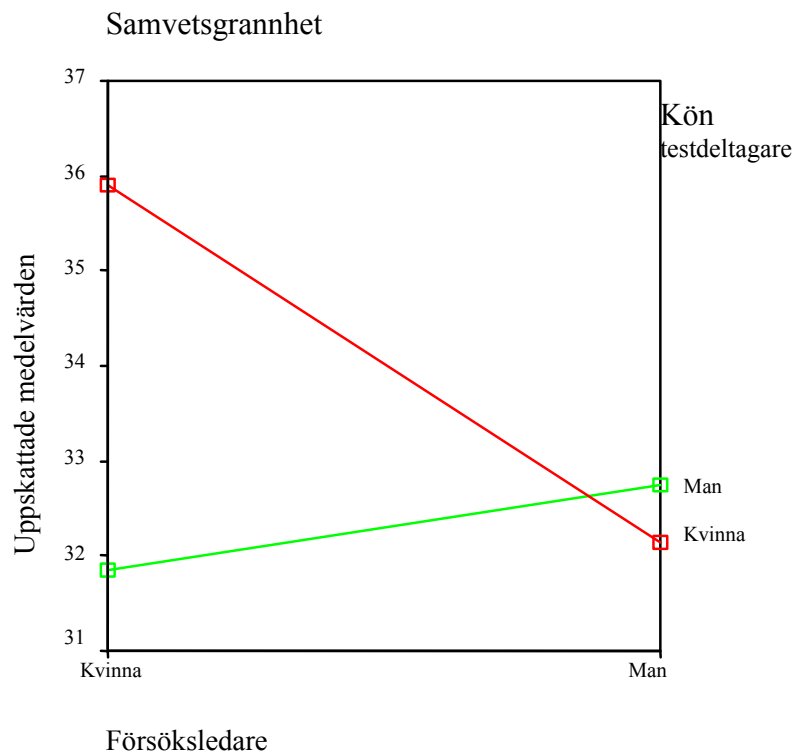


Diagram 2. Skillnaden i hur kvinnor och män svarade på samvetsgrannhet med avseende på försöksledarens könstillhörighet.

De övriga variablerna uppvisade inte några signifikanta skillnader i hur män och kvinnor påverkades av försöksledaren och därför valde vi att inte presentera dem.

3. Försöksledarnas påverkan på de manliga och kvinnliga deltagarna gällande "total social önskvärdhet".

Genom att addera försökspersonernas poäng på de fem variablerna (extraversion, öppenhet, vänlighet, stabilitet och samvetsgrannhet) bildade vi en ny variabel som här kallades för "total socialönskvärdhet". När en kovariansanalys genomfördes där impression management hölls konstant fann vi ytterliggare ett signifikant resultat, $F(1,76) = 4,90$, $p < 0,05$ som tyder på att försöksledaren hade inverkan på hur socialt önskvärt testdeltagarna framställde sig.

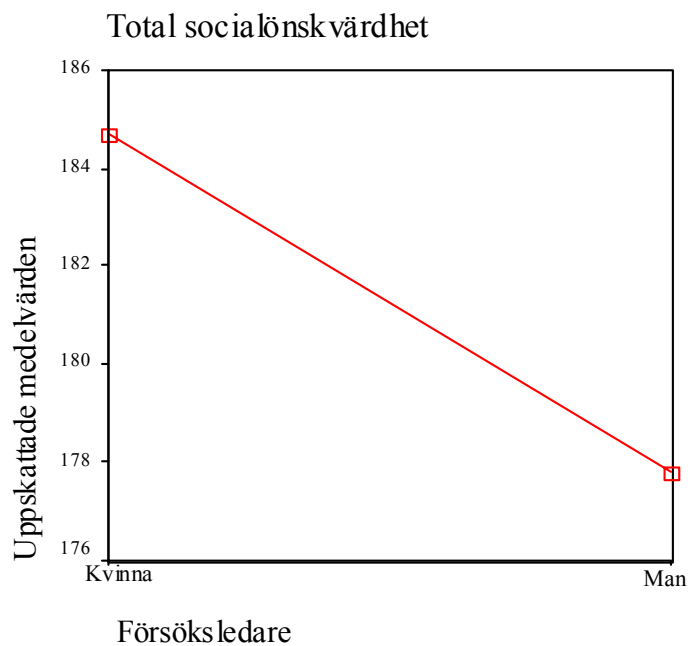


Diagram 3. Påverkan hos deltagarna av försöksledaren vad gäller socialönskvärdhet.

Diagram 3 visar att deltagarna som träffade den kvinnliga försöksledaren framställde sig mer socialt önskvärt än de som träffade den manliga försöksledaren.

Diskussion

Resultatet från vår undersökning visar att vi inte fann några signifikanta skillnader i social önskvärdhet mellan de två grupperna. Undersökningen utformades så att exakt lika många män som kvinnor genomförde testet i den muntliga respektive den skriftliga gruppen. De båda försöksledarna (en manlig och en kvinnlig) utförde även inom respektive grupp lika många undersökningar var med kvinnliga och manliga försöksdeltagare. Vi menar att designen av undersökningen är utformad på ett bra sätt för att kunna påvisa de eventuella skillnader i social önskvärdhet som beror på hur deltagarna genomförde personlighetstestet. Men, de två sätt som våra deltagare genomförde och besvarade personlighetstestet (skriftligt eller muntligt) resulterade alltså inte i någon skillnad i hur de skattade sig på de fem olika egenskaper som testet avsåg att mäta. När vi resonerade om vilket resultat som vi kunde förvänta oss av undersökningen trodde vi inte att medelvärdesresultaten mellan grupperna på samtliga egenskaper skulle vara så förvånansvärt lika, nästan identiska.

En av våra hypoteser var att de deltagare som genomförde testet muntligt skulle få större problem med att framställa sig på ett sätt som inte motsvarade deras personlighet. Att det skulle vara svårare att muntligt förvränga sina skattningalternativ baserade vi på tron om att det i en strukturerad intervjusituation med en okänd försöksledare skulle vara svårare att verbalisera ett förvrängt svar. Genom att de deltagare som genomförde testet muntligt på varje påstående även var tvungna att svara med meningen ”det stämmer...in på mig” var förhoppningen att detta på ytterligare sätt skulle försvåra att fejka svar eftersom svaret blir mer personligt laddat och på så sätt leda till en skillnad av medelvärdena mellan den muntliga och skriftliga gruppen. Vi hade även en hypotes om att resultaten skulle kunna vara tvärtom, det vill säga att deltagarna som genomförde testet som en strukturerad intervju skulle ge fler_socialtönskvärda svar.

Trots att det inte fanns några skillnader i resultaten mellan grupperna är vi inte övertygade om att det sätt som man besvarar ett personlighetstest på är betydelselöst för hur man väljer att skatta sig. Anledningarna till att denna undersökning inte gav upphov till de skillnader som vi förväntade oss tror vi kan bero på det faktum att det var just en undersökning och inte en del i en anställningsintervju som försökspersonerna

medverkade i. I instruktionen som deltagarna fick läsa innan de genomförde testet fanns en beskrivning om att företag använder liknande test som rekryteringsunderlag vid nyanställningar. Vår förhoppning var att detta skulle skapa en spänningskänsla hos deltagarna och på så sätt kunna öka deras omedvetna vilja att skatta sig mer socialt önskvärt.

Sudman och Bradburn (1982) poängterade betydelsen av att engagera intervjudeltagaren. Att som McFarland (2003) instruera den ena gruppen av deltagare att skatta sig som om de befann sig i en anställningssituation är ett sätt att skapa engagemang som leder till att deltagarna uttrycker sig mer socialt önskvärt. Den andra gruppen av deltagare blev varnade för att det fanns en social önskvärdhets skala inbyggd i testet och att om de skattade sig högt på testet så skulle deras resultat behandlas som felaktiga. Det kan då vara lättare att skapa skillnader mellan en experimentgrupp och en kontrollgrupp.

I fortsatta analyser som vi genomförde fann vi signifikanta skillnader beroende på vilken försöksledare som genomförde testningen. Det fanns också signifikanta skillnader i hur kvinnliga och manliga försöksdeltagare skattade sig beroende på vilken försöksledare som genomförde testningen. I resultaten på impression managementtestet skattade kvinnor sig signifikant högre än män när den kvinnliga försöksledaren utförde testningen. De manliga deltagarna som genomförde impression managementtestet med den kvinnliga försöksledaren skattade sig signifikant lägre än de män som genomförde det med den manliga försöksledaren. Resultaten på variabeln samvetsgrannhet uppvisade också en skillnad hos de kvinnliga deltagarna. De skattade sig mer samvetsgrant när den kvinnliga försöksledaren genomförde testningen än när den manliga försöksledaren gjorde det. Denna skillnad var inte signifikant, men det fanns en stark tendens som vi ansåg var värd att redovisa.

Vi skapade en ny variabel genom att addera deltagarnas poäng för extraversion, samvetsgrannhet, öppenhet, vänlighet och stabilitet och benämnde den ”total socialönskvärdhet”. Denna variabel uppvisade en signifikant skillnad mellan de deltagare där den kvinnliga respektive den manliga försöksledaren genomförde testningen. Självskattningspoängen för den grupp som genomförde testet med den

kvinnliga försöksledaren var signifikant högre än för den grupp som genomförde det med den manliga försöksledaren. Att vi kan presentera signifikanta skillnader tyder på att testet inte var okänsligt för processer som liknar de som vi hade för avsikt att undersöka.

Det är lätt att dra slutsatsen att resultaten orsakats av försöksledarnas kön. Att kvinnor väljer att skatta sig högre på variabeln samvetsgrannhet när de träffar en kvinna än när de träffar en man kan kanske bero på kvarstående traditionella könsrollsstrukturer. Att kvinnor anses vara mer noggranna, organiserade och pålitliga. Således kan de ha ett behov att framstå som mer organiserade och pålitliga när de interagerar med en okänd kvinna än med en okänd man. Kvinnor kan också vara mer måna om hur de värderas och uppfattas av en kvinna än av en man, därav skillnaden i resultatet av impression managementtestet. Det kan naturligtvis förhålla sig på detta sätt men det kan också bero på individuella egenskapsskillnader hos försöksledarna. För att undersöka om manliga och kvinnliga testdeltagare påverkas av vilken könstillhörighet försöksledaren har måste designen av undersökningen vara en annan.

Gordon (1970) framhåller vikten av att intervjuaren uppträder obesvärat samt presenterar frågorna på ett neutralt sätt för att intervjun ska bli så bra som möjligt. Inför genomförandet av undersökningen läste vi flera gånger högt upp påståendena för varandra för att säkerställa att vi framförde dem på ett neutralt sätt. Vi inledde inte heller några samtal med deltagarna förrän de hade avslutat testet. De fick enbart reda på att det var ett personlighetstest som de skulle besvara, vilket skulle användas i vår c-uppsats. Syftet med undersökningen presenterade vi först när båda testen var slutförda. Trots att vi som försöksledare behandlade testdeltagarna på samma sätt blev de påverkade av oss och skattade sig olika. De resultat som Richman *et al.* (1999) presenterar i sin studie visar att personer som genomför test i intervjusituationer skattar sig mer socialt önskvärt än personer som genomför test genom att besvara frågorna på en dator. Deras resultat visade också att det fanns små skillnader i social önskvärdhet beroende på om man genomför test med penna och papper eller på en dator. Utifrån deras resultat skulle alltså de deltagare i vår undersökning som genomförde testet skriftligt (med penna och papper) kunna tänkas jämföras med en grupp som genomför ett test på en dator. Då skulle den skriftliga gruppens resultat i vår undersökning

uppvisa mindre socialt önskvärda svar än den grupp som genomförde testet som en strukturerad intervju. Eftersom det inte fanns någon skillnad i social önskvärdhet mellan grupperna tänker vi oss att den skriftliga gruppen påverkades av försöksledarens närvaro. Detta resulterade i att de skattade sig mer socialt önskvärt än vad vi kunde tänka oss utifrån de resultat som Richman et al. (1999) presenterar i sin studie. Anledningen till att det var så tror vi kan bero på att vi som försöksledare var närvarande då deltagarna skattade sig. I Richmans et al. (1999) studie påpekas att deltagarna som genomförde ett test på en dator hade gjort det avskilt. Deltagarna i vår undersökning fick enbart information om att det var ett personlighetstest som de ombads fylla i. De visste inte om att vi enbart var intresserade av att undersöka om det fanns skillnader mellan två olika sätt att genomföra ett test på och inte av att studera hur enskilda deltagare skattade sig. Försöksledarens kön kan i den testmiljö som de skriftliga deltagarna fick genomföra testet ha påverkat dem på samma sätt som de deltagare som genomförde testet som en strukturerad intervju. En osäkerhetskänsla av att inte veta hur vi skulle komma att analysera deras resultat kan alltså ha lett till att de svarat på ett socialtönskvärt sätt utifrån den sociala kontext de befann sig i. Ett sätt som alltså överrensstämmer med de deltagare som genomförde testet som en strukturerad intervju. Social önskvärdhet är enligt Edwards (1957) kulturellt bundet, våra deltagare kan ha skattat sig på ett socialtönskvärt sätt utifrån våra kulturella ramar om hur män och kvinnor bör vara i relation till varandra.

I början av diskussionen resonerar vi om att vi kanske inte lyckades med att skapa engagemang hos testdeltagarna, att den spänningsskänsla som vi försökte framkalla inte blev tillräckligt stor. Stöd för detta resonemang fann vi hos flera testdeltagare som när vi förklarade syftet med undersökningen menade att de inte skulle svara på samma sätt om de fått samma test av en arbetsgivare i en anställningssituation. Vi tolkar deras uttalande som att de då skulle ha skattat sig mer socialtönskvärt. Kanske hade våra resultat blivit annorlunda om vi bett dem att skatta sig som om de befann sig i en anställningssituation. Att deltagarna påverkades av försöksledaren visade våra signifikanta resultat. Som vi tidigare skrivit är det lätt att dra slutsatsen att de påverkades av försöksledarens respektive kön, men vi kan inte med säkerhet veta detta. För att kunna dra dessa slutsatser måste designen av undersökningen vara en annan. Vi tycker att detta är ett intressant nästa steg i den vidare forskningen. En design av en

undersökning som är utformad så att olika manliga och kvinnliga försöksledare genomför samma antal undersökningar med manliga och kvinnliga testdeltagare skulle kunna bringa klarhet i om försöksledarnas kön påverkar de svar som deltagarna lämnar. Genom att i ett första steg genomföra strukturerade intervjuer med manliga och kvinnliga testdeltagare med ett antal olika försöksledare av olika kön skulle man kunna få reda på hur deltagarna skiljer sig åt. Att en tid senare låta samma deltagare genomföra samma test fast som en datoriserad version skulle man kunna få ett resultat att jämföra med. Jämförelsen kan leda till att man förstår vilka olika egenskaper som män och kvinnor väljer att accentuera beroende på vilket kön försöksledaren har. Ur rekryteringssynpunkt hade det varit intressant att veta hur män och kvinnor skiljer sig åt beroende på om det är en man eller en kvinna som genomför en intervju eller administrerar ett självskattningstest. Kanske är det så att manliga och kvinnliga rekryteringsansvariga ska styra olika delar i anställningsprocessen. Olika delar som inriktar sig på olika egenskapsområden. Genom ett sådant förfarande kanske företagen skulle kunna få en så kongruent bild av en arbetssökandes personlighet som möjligt och på så sätt kunna undvika att rekrytera fel medarbetare.

Referenser

Allport, G.W. (1963). *Pattern and Growth in Personality*. London: Holt, Rhinehart & Winston cop.

Anastasi, A., & Urbina, S. (1997). *Psychological Testing* (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall cop.

Aron, A., & Aron, E.N. (1999). *Statistics for psychology* (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall, cop.

Barrick, M.R., & Mount, M.K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel psychology*, 44 (1), 1-27.

Cattell, R.B., & Cattell, H.E. (1995). Personality structure and the new fifth edition of the 16 PF. *Educational and Psychological Measurement*, 55, 926- 938.

Cook, M. (1998). *Personnel Selection, Adding Value through People* (3rd ed.). Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.

Costa, P.T., & McCrae, R.R. (1994) Set like plaster? Evidence for the stability of adult personality. In T.F. Heatherton & J.L. Weinberger (Eds.), *Can personality change?* (pp. 21-41). Washington, DC: American Psychological Association.

Craik, K.H., Hogan, R., & Wolfe, R.N. (1993). *Fifty years of Personality Psychology*. New York: Plenum Press.

Edwards, A.L. (1957). *The social desirability variable in personality*. New York: Dryden press.

Egidius, H. (2002). *Termllexikon i psykologi, pedagogik och psykoterapi* (7th ed.). Lund: Studentlitteratur.

Eysenck, H.J. (1948). *Dimensions of personality*. (2nd ed.). London: Routledge & Kegan.

Goldberg, L.R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48, 26-34.

Goldberg, L.R. (2001). "The International personality Item pool". A Scientific Collaboratory for the development of advanced Measures of personality traits and other individual differences. <http://ipip.ori.org/newQform50b5.htm>

Goldberg, L.R. (2001). Paulhus (1991). "The International personality Item pool" <http://www.ipip.ori.org/newSingleconstructs.htm>

Gordon, H. (1971). *Intervjumetodik* (2nd ed.). Stockholm: Almqvist & Wiksell Förlag AB

Holden, R. R., Wood, L. L., & Tomashewski, L. (2001) Do response time limitations counteract the effect of faking on personality inventory validity? *Journal of personality and social psychology*, 81 (1), 160-169.

Hsu, L. M., Santelli, J., & Hsu, J. R. (1989) Faking detection validity and incremental validity of response latencies to MMPI subtle and obvious items. *Journal of personality assessment*, 53 (2), 278-295.

Leary, M.R. (1996). *Self-Presentation: Impression management and interpersonal behaviour*. Colorado: Westview press, inc.

Littorin, P. (1994). *Tester- Hjälpmedel vid rekrytering, projektarbete, outplacement och utvecklingssamtal*. Stockholm: Ekerlids förlag.

Mabon, H. (2002). *Arbetspsykologisk testning- om urvalsmetoder i arbetslivet*. Kristianstad: Psykologiförlaget AB.

- McCrae, R.R., & Costa, P.T.Jr. (1983). Social Desirability Scales: More Substance Than Style. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 51* (6), 882-888.
- McCrae, R.R., & Costa, P.T. (1989). More reasons to adopt the five factor model. *American Psychologist, 44* (2), 451-452.
- McCrae, R.R., & Costa, P.T. (1992). Normal Personality Assessment in Clinical Practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment, 4* (1), 5-13.
- McCrae, R.R., & John, O.P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality, 60* (2), 175-215.
- 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* (4), 265- 276.
- Ones, D.S., Chockalingam, V., & Schmidt, F.L. (1993). Comprehensive meta-analysis of integrity test validities: Findings and implications for personnel selection and theories of job performance. *Journal of applied psychology, 78* (4), 679-698.
- Paulhus, D.L. (1984). Two-component model of socially desirable responding. *Journal of personality and social psychology, 46* (3), 568-609.
- Richman, W.L., Kiesler, S., Weisb, S., & Drasgow, L. (1999). A meta-analytic study of social desirability distortion in computer-administered questionnaires, traditional questionnaires, and interviews. *Journal of applied psychology, 84* (5), 754-775.
- Sudman, S., & Bradburn, N.M. (1982). *Asking Questions- A Practical Guide to Questionnaire Design*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.

Sudman, S., & Bradburn, N.M., & Schwarz, N. (1996). *Thinking about answers: the application of cognitive processes to survey methodology*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.

Tyler, L.E. (1973). *Psykologiska test- och mätmetoder*. Stockholm: Wahlström och Widstrand.

Wiggins & Trapnell. (1997). Personality structure: the return of the big five. In R. Hogan., J. Johnson, & S. Briggs (Eds.), *The handbook of Personality Psychology* (pp. 737-758). San Diego: Academic Press.

Appendix

		Stämmer inte alls	Stämmer dåligt	Stämmer delvis	Stämmer bra	Stämmer precis
1	Är egentligen inte intresserad av andra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Har ett rikt ordförråd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Blir lätt stressad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Känner andra människors känslor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Känner mig sällan nere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Är alltid förberedd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Är intresserad av människor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Har ett humör som svänger mycket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Har utmärkta idéer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Har inte något emot att vara centrum för uppmärksamheten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Följer ett schema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Smiter undan mina plikter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Är fantasilös	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Är den som håller igång på ett party	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Gör hushållsarbete genast	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Pratar med en massa olika människor under en fest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Tycker om ordning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Känner mig inte speciellt bekymrad om andra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Skapar förvirring omkring mig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Är grundlig i mitt arbete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Är avslappnad för det mesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Är tyst tillsammans med främlingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Känner mig ofta nere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Tycker inte om att dra uppmärksamhet till mig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Har ofta förekommande humörsvängningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Appendix

		Stämmer inte alls	Stämmer dåligt	Stämmer delvis	Stämmer bra	Stämmer precis
26	Har lite att säga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	Blir lätt störd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	Är ointresserad i andra människors problem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	Är ointresserad av abstrakta idéer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	Sätter igång konversationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	Sympatiserar med andras känslor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Glömmer ofta att lägga tillbaka saker på sin plats	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Får människor att känna sig väl till mods	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Håller mig i bakgrunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Har en levande fantasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	Har ett gott hjärta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	Blir lätt irriterad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	Tar mig tid för andra människor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39	Lägger uppmärksamhet på detaljer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	Förolämpar folk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41	Har svårt att förstå abstrakta idéer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42	Är full av idéer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43	Oroar mig över saker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44	Lämnar mina saker liggande överallt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45	Förstår saker snabbt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46	Pratar inte mycket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47	Ägnar tid åt att fundera på saker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48	Känner mig bekväm med människor omkring mig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49	Använder svåra ord	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50	Blir lätt upprörd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Appendix

Kvinna

Man

Ålder :

Har du fyllt i ett liknanade test tidigare?

Ja

Nej

Om ja, i sådana fall hur många gånger?

		Stämmer inte alls	Stämmer dåligt	Stämmer delvis	Stämmer bra	Stämmer precis
1	Skulle aldrig ta något som inte var mitt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Tycker aldrig att det finns en ursäkt för att ljuga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pratar sällan om sex	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Ger tillbaka extra växel om en kassörska har gett mig för mycket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Talar sanning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Är inte alltid den som jag verkar vara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Kan lätt motstå frestelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Använder svärord	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Fuskar för att bli bäst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Använder smicker för att komma fram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Praktiserar inte alltid vad jag predikar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Har ibland blivit tvungen att ljuga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Erkänner alltid när jag gör misstag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Bryter regler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Skulle aldrig fuska med skatten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Tillåter mig sällan att frossa i mat och dryck	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Missbrukar makt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Tar revansch på andra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Försöker att hålla mig till reglerna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Kommer troligen att visa mig på styva linan om jag får chansen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>