

مقایسه رابطه ویژگی‌های شخصیتی و مطلوبیت اجتماعی در دانشجویان با پاسخ‌های وانمود و صادقانه

حسن محمودیان*

علی دل‌آور**

نورعلی فرخی***

احمد برجعلی****

چکیده

نگرانی در زمینه وانمود پذیری شاخص‌های شخصیتی بعد از ظهور آزمون‌های شخصیتی به وجود آمده است. در این زمینه هدف پژوهش حاضر مقایسه رابطه ویژگی‌های شخصیتی و مطلوبیت اجتماعی در دانشجویان با پاسخ‌های وانمود و صادقانه بود. روش پژوهش حاضر از نوع علی مقایسه‌ای بود که تعداد ۲۳۵ دانشجو به صورت در دسترس، پرسشنامه‌های تحقیق را تکمیل کردند. شرکت‌کنندگان به صورت تصادفی در دو گروه صادقانه و وانمود قرار گرفتند. برای جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش حاضر از پرسشنامه‌های شخصیتی نتو (۱۹۹۲) و مطلوبیت اجتماعی کراون و مارلو (۱۹۶۰) استفاده شد. یافته‌ها نشان داد بین ابعاد شخصیتی و مطلوبیت اجتماعی رابطه وجود دارد و این رابطه در بین دو گروه وانمود و صادقانه معنادار نیست؛ بنابراین می‌توان گفت باید روش‌هایی را برای کنترل روش‌شناسی اثر محتمل مطلوبیت اجتماعی در مطالعات با مدل پنج عامل شخصیتی انجام دهیم.

واژه‌های کلیدی: پاسخ‌های وانمود، مطلوبیت اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی

این مقاله برگرفته از رساله دکتری رشته سنجش و اندازه‌گیری دانشگاه علامه طباطبائی است.

* دانشجوی دکتری سنجش و اندازه‌گیری، دانشگاه علامه طباطبائی

** استاد گروه سنجش و اندازه‌گیری، دانشگاه علامه طباطبائی

*** دانشیار گروه سنجش و اندازه‌گیری، دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول)

پست الکترونیک: farrokhinoorali@yahoo.com

**** دانشیار گروه روان‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی

مقدمه

استفاده از آزمون‌های شخصیت در ۳۰ سال گذشته به شکل برجسته‌ای گسترش یافته است (هوق و ازوالد، ۲۰۰۸). از این رو، استفاده از ارزیابی‌های شخصیتی به‌عنوان شاخصی برای گزینش استخدامی کارکنان مزایا و معایبی را دارد. ارزیابی‌های شخصیتی شاخص عینی از شخصیت فراهم می‌کنند که می‌تواند به‌آسانی تفسیر شود و افراد مختلف را مورد مقایسه قرار دهد (کاستا، ۱۹۹۶). متخصصان گزینش کارمندان شیوه‌های بسیار مؤثری را برای ارزیابی‌های شخصیتی افراد ایجاد کرده‌اند، ابزارهایی را برای انتخاب بهتر کارمندان فراهم کرده‌اند و برنامه‌های توسعه حرفه‌ای را مبتنی بر نقاط قوت و ضعف افراد طراحی کرده‌اند؛ اما معایب ارزیابی‌های شخصیتی بر روایی ملاکی پایین متمرکز است که متخصصان گزینش را در انتخاب بین روایی بالای آزمون‌های توانایی شناختی و اثر معکوس پایین ارزیابی‌های شخصیتی مردد می‌گذارد (مورگسون، کامپیون، دیبوی، هولنبک، مورفی و اشمیت، ۲۰۰۷). همچنین وانمود کردن در آزمون‌های شخصیتی، نگرانی مضاعف متخصصان گزینش است (پیترسون، گریفیس و کانورس، ۲۰۰۹). زمانی که افراد در آزمون‌های شخصیتی وانمود می‌کنند، روایی آزمون‌ها ممکن است کاهش یابد و بنابراین کاربرد کمتری برای انتخاب افراد برای استخدام در سازمان‌ها و ماندگاری آن‌ها خواهند داشت.

شناسایی ابعاد پنج عامل بزرگ شخصیتی (گولدرگ، ۱۹۹۳)، چارچوبی را که عملکرد متقاضیان را پیش‌بینی می‌کند در اختیار متخصصان قرار داده است. اگرچه ابعاد پنج عامل بزرگ شخصیتی به فراوانی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، دیگر ابزارهای سنجش شخصیت از جمله آزمون شخصیتی مایرز بریگز (بریگز و مایرز، ۱۹۹۸) و پروفایل

-
1. Hough & Oswald
 2. Costa
 3. Schmitt
 4. Peterson, Griffith & Converse
 5. Goldberg
 6. Briggs & Myers

ارزش‌های هارتمن^۱ (هارتمن، ۱۹۷۳) در سازمان‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. هنگام مطالعه شخصیت، هشیاری با عملکرد فرد در شغل‌های مختلف ارتباط داشته است که همبستگی ۰.۲ را نشان می‌دهد؛ اما ارتباط بین سازه‌های دیگر پنج عامل بزرگ شخصیتی و متغیرهای ملاک خیلی کم بوده است (تراپمان، هل، هیرن و اسکولر^۲، ۲۰۰۷).

یکی از موضوعات مهم در شخصیت، ارزیابی آن با ابزارهای خودگزارشی است. به دلیل آینده‌نگری کارمندان که باید برای کار ویژگی‌های خاصی داشته باشند، پاسخ‌های خود را به شیوه‌ای که آن کار را به دست بیاورند، وانمود می‌کنند. دو نگرانی مهم در رابطه با وانمود وجود دارد. نگرانی اول از احتمال اینکه وانمود ممکن است روایی یعنی همبستگی نمرات آزمون با نمرات ملاک را کاهش دهد، ناشی می‌شود (هوق، ایتون، دانته، کامپ و مککولی^۳، ۱۹۹۰). این نگرانی از این مفروضه که نمره یک فرد در ابعاد شخصیت مثل توافق مجموع نمره ویژگی توافق به اضافه انحراف وانمود است، سرچشمه می‌گیرد. این انحراف وانمود اساس این نگرانی است. اگر انحراف با متغیر ملاک همبستگی نداشته باشد، روایی را کاهش خواهد داد. هوق و همکاران (۱۹۹۰) دریافتند که پاسخ‌دهندگان به صورت موفقیت‌آمیزی خودتوصیفی‌های شان را در صورتی که آموزش دیده باشند، انحراف می‌دهند و مقیاس‌های روایی برای انواع متفاوت انحراف پاسخ‌پذیر هستند. دومین نگرانی، اثر وانمود در رتبه متقاضیان از بالا به پایین در موقعیت‌های شغلی است (کریستینسن، روزاک و برنز^۴، ۲۰۱۰؛ پیترسون و همکاران، ۲۰۰۹).

وینکلسپشت، لويس و توماس^۵ (۲۰۰۶) دریافتند که همبستگی متقابل پایین معناداری بین نمرات آزمودنی‌های صادقانه و نمرات وانمودشان وجود دارد. همچنان که در چندین مثال آزمودنی‌های با نمرات صادقانه ناخوشایند متعاقباً نمرات خوشایند با وانمود ایجاد

-
1. Hartman
 2. Trapmann, Hell, Hirn & Schuler
 3. Eaton, Dunnette, Kamp & McCloy
 4. Christiansen, Rozek & Burns
 5. Winkelspecht, Lewis & Thomas

می‌کند. انحراف پاسخ ممکن است تهدید جدی برای استفاده از نمرات آزمون‌های شخصیتی در گزینش باقی می‌گذارد.

پیترسون و همکاران (۲۰۰۹) دریافتند که ترکیب مؤلفه‌های وجدانی بودن و توانایی شناختی در مقایسه با مؤلفه وجدانی بودن ۱۳/۵ درصد کاهش در شناسایی وانمود در آزمون‌های استخدامی را نشان می‌دهد. با وجود اینکه استفاده از ترکیب مؤلفه‌های وجدانی بودن و توانایی شناختی موجب کاهش معنادار اختلافات استخدامی می‌شود، پیشنهاد می‌شود که استفاده از چندین پیش‌بینی کننده برای کاهش اثر وانمود مورد استفاده قرار بگیرد.

کریستنسن و همکاران (۲۰۱۰) پیش‌بینی کننده‌ها در حوزه گزینش کارکنان را بررسی کردند. نتایج مطالعه نشان داد که با وجود تفاوت فردی در وانمود کردن، افرادی که احتمال استخدام‌شان بیشتر است، وانمود بیشتر نشان می‌دهند.

متخصصان در تلاش هستند که با این موضوع به شیوه‌های مختلف مبارزه کنند. گافین^۱ و کریستینسن (۲۰۰۳) دریافتند که افرادی که تجربه زیادی در استفاده از آزمون‌های شخصیتی برای اهداف صنعتی از جمله گزینش کارمندان دارند، به‌طور کلی استفاده از تصحیحات وانمود مانند استفاده از نمرات مطلوبیت اجتماعی را بیشتر توصیه می‌کنند. کارشناسان تلاش می‌کنند شرایطی ایجاد کنند که در آن از طریق به‌کارگیری آموزش‌های هشداردهنده، متقاضیان بدانند وانمود کردن می‌تواند شناسایی شود و پیامدهایی را خواهد داشت، متقاضیان را از وانمود اجتناب دهند (مک فارلند، ۲۰۰۳). در تلاش برای کاهش وانمود در آزمون‌های شخصیت، مک فارلند (۲۰۰۳) نظریه‌ای را آزمون کرد که به متقاضیان ممکن است هشدار داده شود که مقیاس مطلوبیت اجتماعی در آزمون اضافه شده است و به این دلیل فرایند کنترل وانمود اساساً میزان وانمود کردن را کاهش خواهد داد.

-
1. Goffin
 2. McFarland

شیوه‌های دیگری نیز در طراحی آزمون‌ها برای مقابله با وانمود کردن وجود دارد از جمله استفاده از سؤالات انتخاب اجباری یا انواع دیگر سؤالاتی که وانمود کردن به آن‌ها دشوار باشد (هگستاد، موریسون، ریو و مک کلوی^۱، ۲۰۰۶)؛ اما همه آزمون‌ها نمی‌توانند به این شیوه‌ها طراحی شوند. یکی از شیوه‌های جایگزین، اندازه‌گیری وانمود و کنترل آن است. این شیوه ممکن است برای پذیرفتن این مشکل که انحراف پاسخ حتماً به‌خصوص در موقعیت‌های خطیر وجود خواهد شد، مقرون به‌صرفه‌تر باشد.

با این وجود نگرانی‌های در زمینه اندازه‌گیری وانمود وجود دارد. وانمود عادی زمانی اتفاق می‌افتد که از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود صادقانه پاسخ دهند اما پاسخ‌هایشان را منحرف می‌کنند. این انحراف ممکن است به دلایل زیادی از جمله مشوق‌های همراه با آزمون و یا ویژگی‌های شخصیتی افراد اتفاق بیافتد. وانمود آموزش داده شده یعنی زمانی که پاسخ‌دهندگان برای وانمود آموزش می‌بینند، اتفاق می‌افتد که به‌صورت قصدمندانه پاسخ‌هایشان را به خاطر پژوهش منحرف می‌کنند.

در این زمینه که وانمود وجود دارد همسانی دیده می‌شود ولی در زمینه توافق بر شیوه درست اندازه‌گیری وانمود همسانی وجود ندارد (هوک، ۱۹۹۸). اساساً سه شیوه برای اندازه‌گیری و کنترل آماری وانمود وجود دارد. این شیوه‌ها، استفاده از مقیاس‌های مطلوبیت اجتماعی، نمرات تفاوتی و نمرات عاملی هستند. مطلوبیت اجتماعی به‌عنوان گرایش پاسخ‌دهندگان به شیوه‌ای که موردپذیرش و مطلوبیت اجتماعی دیده شوند، گفته می‌شود (پلهاوس^۲، ۱۹۸۴). به‌طور نظری کنترل گرایش یک فرد به سوگیری پاسخش برای پذیرش بیشتر اجتماعی در مقابل پاسخ واقعی‌اش باید به‌عنوان بزاری برای کنترل انحراف وانمود کردن به کار گرفته شود. استفاده از نمرات تفاوتی شامل مقایسه میانگین آزمودنی‌ها در شرایط وانمود با شرایط پاسخ‌دهی صادقانه است (مک فارلند و رایان^۳، ۲۰۰۶). طبیعتاً نمرات افراد در شرایط وانمود به لحاظ آماری بیشتر از نمرات افراد در

-
1. Heggstad, Morrison & Reeve
 2. Paulhus
 3. Ryan

شرایط صادقانه است. در سومین شیوه کنترل وانمود یعنی نمرات عاملی (اشمیت و رایان، ۱۹۹۳) با استفاده از مدل معادلات ساختاری و برآورد نمرات عاملی آزمودنی‌ها، انحراف وانمود می‌تواند شناسایی شود (بیدر من و انگویان^۱، ۲۰۰۴).

گافین و کریستینسن (۲۰۰۳) تعدادی از آزمون‌های شخصیتی را که در آزمون‌های استخدامی به کار رفته، مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که برخی از مشهورترین آزمون‌ها پتانسیل اصلاح برای وانمود را از جمله استفاده از مقیاس مطلوبیت اجتماعی را دارند. در حالی که استفاده از مقیاس مطلوبیت اجتماعی به عنوان ابزاری برای کنترل وانمود عمومیت یافته است، هنوز حمایت‌های متناقضی از کاربرد این سازه وجود دارد. در یک فراتحلیل رابطه بین مطلوبیت اجتماعی و شاخص‌های شخصیتی و عملکرد بررسی شد که آیا مطلوبیت اجتماعی به عنوان پیش‌بینی کننده برای انواع متغیرهای ملاک و یا به عنوان متغیر میانجی عمل می‌کند و دریافتند که هیچ‌کدام را حمایت نمی‌کند (ویسوسواران و ریز^۲، ۱۹۹۶). آن‌ها دریافتند که مقیاس مطلوبیت اجتماعی، موفقیت در مدرسه، عملکرد وظیفه و عملکرد کاری را پیش‌بینی نمی‌کند.

الینگستون، ساکت^۳ و هوق (۱۹۹۹) کارآمدی اصلاح مطلوبیت اجتماعی را در نمرات افراد صادقانه افراد در یک ابزار خودگزارشی بررسی کردند و آن‌ها با استفاده از یک طرح درون آزمودنی و با مقایسه نمرات صادقانه، وانمود و اصلاح شده دریافتند که اصلاح نمرات آزمون شخصیتی با استفاده از شاخص‌های مطلوبیت اجتماعی امکان‌پذیر است. نظر به اهمیت انحراف پاسخ‌های آزمون شخصیتی و آنچه گفته شد هدف پژوهش حاضر مقایسه رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و مطلوبیت اجتماعی در دانشجویان با پاسخ‌های وانمود و صادقانه است.

-
1. Biderman & Nguyen
 2. Viswesvaran & Reiss
 3. Ellingson, Sackett

روش

روش پژوهش حاضر از نوع علی مقایسه‌ای است که تعداد ۲۳۵ دانشجوی به صورت در دسترس، پرسشنامه‌های تحقیق را تکمیل کردند. آزمودنی‌ها به صورت تصادفی در دو گروه صادقانه و وانمود قرار گرفتند. دستورالعمل‌های به کاررفته در تحقیق به این شکل بود که به گروه صادقانه گفته شد که «در این مطالعه شما به یک پرسشنامه شخصیتی پاسخ خواهید داد. لطفاً به همه سؤالات کاملاً صادقانه پاسخ دهید. به خاطر داشته باشید که پاسخ‌های شما فقط برای اهداف پژوهشی در اعتماد کامل جمع‌آوری خواهد شد و با هیچ فرد دیگری به اشتراک گذاشته نخواهد شد.» همچنین به گروه وانمود گفته شد که «در این مطالعه شما به یک پرسشنامه شخصیتی پاسخ خواهید داد. لطفاً به همه سؤال‌های پرسشنامه آن‌چنان که گویی متقاضی شغل از جمله هیئت علمی دانشگاه یا مدیر عالی یک شرکت بزرگ هستید، پاسخ دهید. لطفاً به شیوه‌ای پاسخ دهید که نتایج آزمون به دست آوردن شغل را برای شما تضمین کند.»

برای جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش حاضر از پرسشنامه‌های شخصیتی نئو^۱ (۱۹۹۲) و مطلوبیت اجتماعی کراون و مارلو^۲ (۱۹۶۰) استفاده شد.

مقیاس پنج عامل بزرگ شخصیتی نئو: برای سنجش ویژگی‌های شخصیتی در این پژوهش از پرسشنامه پنج عاملی شخصیت نئو که شامل ۶۰ سؤال است، استفاده شد. این پرسشنامه بر اساس تحلیل عاملی نمرات نئو که در سال ۱۹۸۶ اجرا شده بود، به دست آمده است و ۵ بعد عمده شخصیت را اندازه می‌گیرد که عبارت‌اند از روان رنجوری بعد N، برونگرایی بعد E، انعطاف‌پذیری بعد O، مقبولیت بعد A و مسئولیت‌پذیری بعد C است. در هنجاریابی آزمون نئو که توسط گروسی فرشی (۱۳۸۰) انجام شد، ضرایب آلفای کرونباخ در هر یک از عوامل اصلی روان رنجوری، برونگرایی، پذیرابودن، مقبولیت و مسئولیت‌پذیری به ترتیب اعداد ۰/۸۶، ۰/۷۳، ۰/۵۶، ۰/۶۸ و ۰/۸۷ به دست آمد. در بررسی روایی هم‌زمان این ابزار مشاهده شد که ضریب همبستگی

1. Big Five NEO Personality Test
2. Marlowe – Crowne Social Desirability Scale

روان‌آزرده‌گرایی و برون‌گرایی در پرسشنامه نئو با روان‌آزرده‌گرایی و برون‌گرایی در پرسشنامه آیزنک به ترتیب معادل ۰/۶۸ و ۰/۴۷ بود (انیسی، مجدیان، جوشن‌لو و گوهری کامل، ۱۳۹۰).

آزمون مطلوبیت اجتماعی کراون و مارلو: این آزمون ۳۳ سؤال دارد که به صورت صحیح یا غلط پاسخ داده می‌شود. پاسخ‌ها به وسیله کلید مقیاس تطبیق داده می‌شود و جمع مطابقت پاسخ‌ها با کلید مقیاس نتیجه کلی را برای هر فرد مشخص می‌کند. در این مقیاس اشخاصی که بین صفر تا ۸ امتیاز به دست می‌آورند، اشخاصی هستند که پاسخ‌های آنان پذیرش اجتماعی را به دنبال ندارد و احتمالاً مورد طرد قرار می‌گیرند. اشخاصی که بین ۹ تا ۱۹ امتیاز به دست آوردند، به طور متوسط دارای پذیرش اجتماعی هستند و رفتارهای آنان با قواعد و هنجارهای اجتماعی مطابقت می‌کند. ضریب اعتبار این آزمون با روش اجرای مجدد بالاتر از ۰/۸ بوده است و از نظر روایی سازه این آزمون با سایر ابزارهای روان‌شناختی همبستگی بالا و قابل قبول به دست آمد (گنجی، ۱۳۸۴).

یافته‌ها

تحلیل داده‌ها نشان داد که متوسط سن نمونه مورد مطالعه ۲۲/۵ سال بود. در جدول ۱ و ۲ شاخص‌های توصیفی ابعاد شخصیتی و مطلوبیت اجتماعی در گروه نمونه وانمود و صادقانه ارائه شده است.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار متغیرهای پژوهش در گروه وانمود

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
روان رنجورخویی	۱۲۰	۶۵/۴	۲۵/۵
برون‌گرایی	۱۲۰	۱۰۳/۲	۲۴/۳
انعطاف‌پذیری	۱۲۰	۱۱۱/۲	۲۱/۱
مقبولیت	۱۲۰	۱۰۰/۵	۱۹/۴
وظیفه‌گرایی	۱۲۰	۱۲۲/۱	۲۳/۸
مطلوبیت اجتماعی	۱۲۰	۰/۱۷	۰/۰۵

جدول ۲. میانگین، انحراف معیار متغیرهای پژوهش در گروه صادقانه

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
روان رنجورخویی	۱۱۵	۹۳/۴	۲۴/۲
برون‌گرایی	۱۱۵	۱۱۷/۳	۲۶/۱
انعطاف‌پذیری	۱۱۵	۱۰۸/۱	۲۰/۲
مقبولیت	۱۱۵	۱۰۹/۴	۲۳/۳
وظیفه‌گرایی	۱۱۵	۱۰۰/۲	۲۴/۹
مطلوبیت اجتماعی	۱۱۵	۰/۰۹	۰/۰۵

برای پاسخ به مسئله اصلی پژوهش حاضر مبنی مقایسه رابطه ویژگی‌های شخصیتی و مطلوبیت اجتماعی در گروه‌های با پاسخ وانمود و صادقانه، نخست ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش گزارش شده است (جدول ۳ و ۴).

جدول ۳. ماتریس همبستگی ابعاد شخصیتی و مقبولیت اجتماعی در گروه صادقانه

متغیرها	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)
روان رنجورخویی (۱)	۱					
برون‌گرایی (۲)	۰/۵۵*	۱				
انعطاف‌پذیری (۳)	۰/۴۹*	۰/۵۵*	۱			
مقبولیت (۴)	۰/۵۹*	۰/۶۵*	۰/۶۱*	۱		
وظیفه‌گرایی (۵)	۰/۶*	۰/۴۷*	۰/۴۴*	۰/۵۸*	۱	
مطلوبیت اجتماعی (۶)	۰/۵۴*	۰/۳۰*	۰/۳۴*	۰/۳۹*	۰/۵۲*	۱

* $p < 0.01$

همان‌طور جدول (۳) نشان می‌دهد در گروه صادقانه رابطه روان رنجورخویی با مطلوبیت اجتماعی ($r=0.54$, $p < 0.01$)، برون‌گرایی با مطلوبیت اجتماعی ($r=0.55$)، انعطاف‌پذیری با مطلوبیت اجتماعی ($r=0.49$, $p < 0.01$)، مقبولیت با مطلوبیت اجتماعی ($r=0.59$, $p < 0.01$) و وظیفه‌گرایی با مطلوبیت اجتماعی ($r=0.6$, $p < 0.01$) در سطح ۹۹ درصد معنادار است.

جدول ۴. ماتریس همبستگی ابعاد شخصیتی و مقبولیت اجتماعی در گروه وانمود

متغیرها	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)
روان رنجورخویی (۱)	۱					
برون‌گرایی (۲)	۰/۵۴	۱				
انعطاف‌پذیری (۳)	۰/۵۲	*۰/۶۵	۱			
مقبولیت (۴)	۰/۶۹	*۰/۶۳	*۰/۵۸	۱		
وظیفه‌گرایی (۵)	*۰/۵۹	*۰/۴۵	*۰/۴۶	*۰/۵۳	۱	
مقبولیت اجتماعی (۶)	*۰/۶۱	*۰/۳۴	*۰/۳۴	*۰/۴۵	*۰/۵۳	۱

* $p < 0/01$

همچنین در جدول ۴ رابطه ابعاد شخصیتی با مقبولیت اجتماعی در گروه وانمود ارائه شده است. در این ماتریس همبستگی، رابطه روان رنجورخویی با مقبولیت اجتماعی ($r=0/61, p<0/01$)، برون‌گرایی با مقبولیت اجتماعی ($r=0/54, p<0/01$)، انعطاف‌پذیری با مقبولیت اجتماعی ($r=0/52, p<0/01$)، مقبولیت با مقبولیت اجتماعی ($r=0/69, p<0/01$) و وظیفه‌گرایی با مقبولیت اجتماعی ($r=0/59, p<0/01$) در سطح ۹۹ درصد معنادار است.

پس از محاسبه ماتریس همبستگی برای مقایسه تفاوت بین رابطه‌ها در گروه‌های صادقانه و وانمود از تبدیل Z فیشر استفاده شد که در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. آزمون مقایسه تفاوت ضرایب همبستگی مقبولیت اجتماعی و ابعاد شخصیتی

در دو گروه صادقانه و وانمود

متغیرها	Z	p
روان رنجورخویی	۱/۴۱	>۰/۰۵
برون‌گرایی	۰/۳۰	>۰/۰۵
انعطاف‌پذیری	۰	>۰/۰۵
مقبولیت	۰/۵۵	>۰/۰۵
وظیفه‌گرایی	۰/۱۱	>۰/۰۵

با توجه به مقادیر Z به دست آمده و آزمون معناداری تفاوت مقادیر همبستگی بین دو متغیر ابعاد شخصیتی و مطلوبیت اجتماعی در دو گروه صادقانه و وانمود می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین این ضرایب دیده نمی‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

آپورت و آدبرت^۱ (۱۹۳۶) اولین تلاش‌های نظام‌مند را برای کمینه کردن اثر مطلوبیت اجتماعی در ارتباط با ویژگی‌های شخصیتی در ارزیابی‌ها انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که نمرات در مقیاس مطلوبیت اجتماعی با تفاوت‌های فردی در متغیرهای شخصیتی نمایان می‌شود. در مطالعات مبتنی بر مدل پنج عامل شخصیتی، یک گرایش کلی وجود دارد که آزمودنی‌های با نمرات بالا در مطلوبیت اجتماعی، نمرات بالایی در برون‌گرایی، توافق، هوشیاری، گشاده‌رویی و روان رنجورخویی می‌گیرند. این الگو نشان‌دهنده این است که مطلوبیت اجتماعی شامل یک عامل کلی و پوشاننده است. این‌چنین عاملی در مطالعات تجربی مختلفی (ادواردز^۲، ۱۹۵۷؛ گولدبرگ^۳، ۱۹۹۳؛ هندریکس، هافستی و دراد^۴، ۲۰۰۲ نقل از بکستورم و بورکلند و لارسن^۵، ۲۰۱۱) نشان داده شده است. این عامل کلی زمانی که مدل پنج عاملی شخصیتی به صورت تجربی رواسازی می‌شود، مسئله‌ای را ایجاد می‌کند (بلاک^۶، ۱۹۹۵). اگرچه تعریف مدل پنج عاملی پیشنهاد می‌کند که هر عامل از دیگر عوامل مستقل هستند اما آزمون‌های ساختاری مدل غالباً روابط بین مقیاس‌های اندازه‌گیری این عوامل را نشان می‌دهد. بکستورم و همکاران (۲۰۰۹) نشان دادند که یک عامل کلی بیشتر همبستگی‌های بین مقیاس‌های سه پرسشنامه مختلف مدل پنج عاملی را تبیین می‌کند. از این رو دلایل خوبی وجود دارد که

-
1. Allport & Odbert
 2. Edwards
 3. Goldberg
 4. Hendriks, Hofstee & de Raad
 5. Blockström, Björklund, and Larsson
 6. Block

روش‌هایی را برای کنترل روش‌شناسی اثر محتمل مطلوبیت اجتماعی در مطالعات با مدل پنج عامل شخصیتی انجام دهیم.

در نهایت می‌توان گفت از نگاه روان‌سنجی اندازه‌گیری‌های متمایز مطلوبیت اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی می‌تواند ایده آل باشد؛ اما دستیابی به موفقیت با این شیوه احتمالاً خیلی بالا نخواهد بود به‌ویژه اگر به شیوه‌های محدود شود که مستلزم ارزیابی خودگزارشی است.

منابع

- انیسی، جعفر؛ مجدیان، محمد؛ جوشن لو، محسن؛ گوهری کامل، زهرا. (۱۳۹۰). اعتبار و روایی فرم کوتاه پرسشنامه شخصیتی نئو در دانشجویان. *مجله علوم رفتاری*، ۱۸، ۳۶۱-۳۵۶.
- گروسی فرشی، میر تقی. (۱۳۸۰). *رویکردهای نوین در ارزیابی شخصیت*. تبریز: جامعه پژوه.
- گنجی، حمزه. (۱۳۸۴). *ارزشیابی شخصیت*. تهران: ساوالان.
- Bäckström, M., Björklund, F., & Larsson, M. R. (2009). Five-factor inventories have a major general factor related to social desirability which can be reduced by framing items neutrally. *Journal of Research in Personality*, 43(3), 335-344.
- Biderman, M. D., & Nguyen, N. T. (2004). *Structural equation models of faking ability in repeated measures designs*. Paper presented at the 19th Annual Society for Industrial and Organizational Psychology Conference, Chicago, IL.
- Biderman, M. D., & Nguyen, N. T. (2009). *Measuring faking propensity*. Paper presented at the 24th Annual Society for Industrial and Organizational Psychology Conference, New Orleans, LA.
- Biderman, M. D., Nguyen, N. T., Mullins, B., & Luna, J. (2008). *A method factor predictor of performance ratings*. Paper pres
- Biderman, M.D. Nguyen, N. T., & Cunningham, C. J. L. (2011). *A method factor measure of self-concept*. Paper presented at the 26th Annual Society for Industrial and Organizational Psychology Conference, Chicago, IL.
- Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological Bulletin*, 117, 187-215.
- Briggs, K. C., & Myers, I. B. (1998). *Myers-Briggs Type Indicator Form M*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press

- Christiansen, N. D., Rozek, R. F., & Burns, G. (2010). Effects of social desirability scores on hiring judgments. *Journal of Personnel Psychology*, 9(1), 27-39.
- Costa, P. T., Jr. (1996). Work and personality: Use of the NEO-PI-R in industrial/organizational psychology. *Applied Psychology: An International Review*, 45, 225-241.
- Ellingson, J. E., Sackett, P. R., & Connelly, B. S. (2007). Personality assessment across selection and development contexts: Insights into response distortion. *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 386-395.
- Ellingson, J. E., Sackett, P. R., & Hough, L. M. (1999). Social desirability corrections in personality measurement: Issues of applicant comparison and construct validity. *Journal of Applied Psychology*, 84(2), 155-166.
- Ellingson, J. E., Smith, D., & Sackett, P. R. (2001). Investigating the influence of social desirability on personality factor structure. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 122-133.
- Goffin, R. D., & Boyd, A. C. (2009). Faking and personality assessment in personnel selection: Advancing models of faking. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 50(3), 151-160.
- Goffin, R. D., & Christiansen, N. D. (2003). Correcting Personality Tests for Faking: A Review of Popular Personality Tests and an Initial Survey of Researchers. *International Journal of Selection and Assessment*, 11(4), 340-344.
- Griffith, R. L., & Peterson, M. H. (2008). The failure of social desirability measures to capture applicant faking behavior. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*, 1(3), 308-311.
- Hartman, R. S. (1973). *Hartman Values Profile*. Knoxville, TN: Robert S. Hartman Institute.
- Heggstad, E. D., Morrison, M., Reeve, C. L., & McCloy, R. A. (2006). Forced-choice assessments of personality for selection: Evaluating issues of normative assessment and faking resistance. *Journal of Applied Psychology*, 91(1), 9-24.
- Hough, L. M. (1998). Effects of intentional distortion in personality measurement and evaluation of suggested palliatives. *Human Performance*, 11(2-3), 209-244.
- Hough, L. M., & Oswald, F. L. (2008). Personality testing and industrial/organizational psychology: Reflections, progress, and prospects. *Industrial and Organizational Psychology*, 1, 272-290.
- Hough, L. M., Eaton, N. K., Dunnette, M. D., Kamp, J. D., & McCloy, R. A. (1990). Criterion-related validities of personality constructs and the effect of response distortion on those validities. *Journal of Applied Psychology*, 75(5), 581-595.

- 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.
- McFarland, L. A., & Ryan, A. (2000). Variance in faking across noncognitive measures. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 812-821.
- McFarland, L. A., & Ryan, A. (2006). Toward an integrated model of applicant faking behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(4), 979-1016.
- 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(6), 660-679.
- Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(3), 598-609.
- Peterson, M. H., Griffith, R. L., & Converse, P. D. (2009). Examining the role of applicant faking in hiring decisions: Percentage of fakers hired and hiring discrepancies in single- and multiple-predictor selection. *Journal of Business and Psychology*, 24(4), 373-386.
- Schmit, M. J., & Ryan, A. M. (1993). The Big Five in personnel selection: Factor structure in applicant and nonapplicant populations. *Journal of Applied Psychology*, 78(6), 966-974.
- Winkelspecht, C., Lewis, P., & Thomas, A. (2006). Potential effects of faking on the NEO-PI-R: Willingness and ability to fake changes who gets hired in simulated selection decisions. *Journal of Business and Psychology*, 21(2), 243-259.

Comparison of the Relationship between Personality Traits and Social Desirability in Students with Honest and Faking Responses

Hassan Mahmoudian

Ali Delavar

Noorali Farrokhi

Ahmad Borjali

Abstract

Concerns have been made about the personality characterize indices after the appearance of personality tests. In this regard, the aim of the present study was to compare the relationship between personality traits and social desirability in students with honest and faking responses. The present study was a causal-comparative study in which 235 students completed the research questionnaire. Subjects were randomly assigned into two groups: honest and faking. To collect the data in this study, NEO's personality questionnaire (1992) and social desirability scale by Crown and Marlow (1960) were used. The findings showed that there is a relationship between personality dimensions and social desirability, and this relationship is not meaningful between the two groups. Therefore, we can say that we must propose methods for controlling the probabilistic effect of social desirability in studies with a five-factor personality model.

Keywords: Faking responses, Social desirability, Personality traits