

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

Mirta Mornar

Odrednice lažiranja odgovora u selekcijskoj situaciji -
kvalitativna analiza odgovora mladih visokoobrazovanih
kandidata

Zagreb, 2014.

Ovaj rad izrađen je na Odsjeku za psihologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu pod vodstvom dr. sc. Maše Tonković Grabovac i predan je na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u akademskoj godini 2013./2014.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Opći i specifični ciljevi rada.....	5
3. Metoda.....	7
3.1. Sudionici.....	7
3.2. Instrumenti i postupak	7
4. Rezultati	9
4.1. Lažiranje odgovora općenito	9
4.2. Situacijske odrednice lažiranja odgovora	10
4.3. Individualne odrednice lažiranja odgovora	11
5. Rasprava	12
6. Zaključak.....	18
6. Zahvale	20
7. Popis literature.....	21
8. Sažetak	24
9. Summary	25
10. Prilog	26
10.1. Vodič za provedbu intervjua.....	26

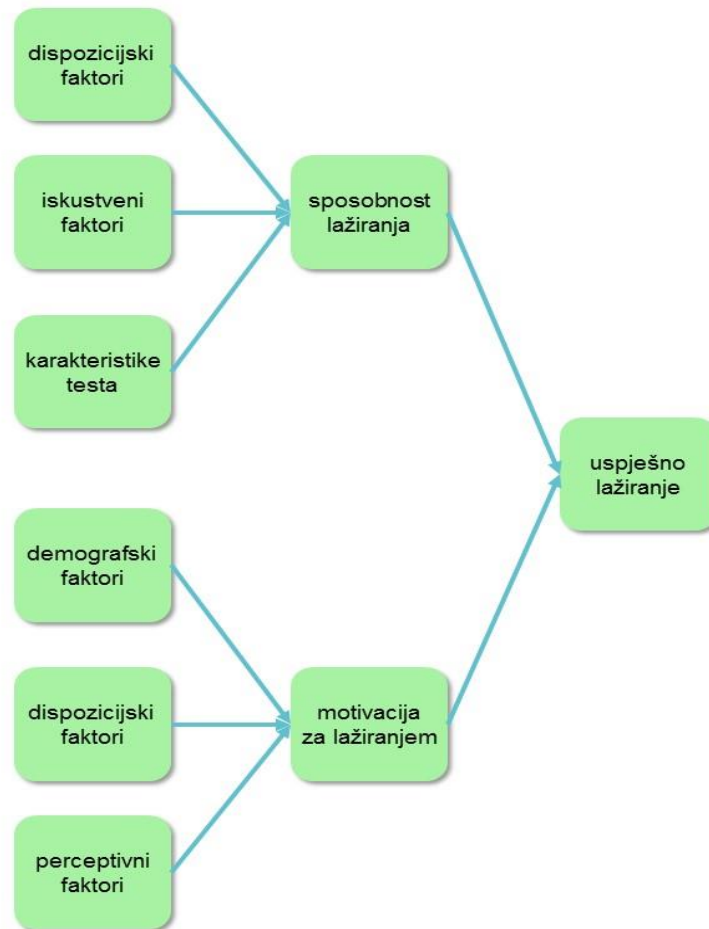
1. Uvod

Pod pojmom ličnosti obuhvaćamo osobine koje se očituju u uobičajenom načinu reagiranja pojedinca, u njegovim motivima, interesima i stavovima. Jednostavnije rečeno, ličnost je izraz tipičnog načina prilagođavanja pojedinca okolini (Šverko, 2012), ukupan zbroj načina na koje osoba reagira na okolinu i s njom održava interakciju. Iz ovako široke definicije ličnosti jasno je da postoji iznimno mnogo pridjeva kojima je moguće opisati ljudske osobine, te se dugogodišnjim istraživanjima nastojalo utvrditi manji broj faktora koji bi efikasno obuhvaćali i objašnjavali varijacije u osobinama ličnosti. Posljednjih godina, istraživanja dosljedno potvrđuju pet osnovnih dimenzija koje čine temelj svih ostalih i obuhvaćaju najvažnije varijacije u ličnosti (Robbins i Judge, 2009). Te su dimenzije neuroticizam, ekstraverzija, otvorenost prema iskustvu, ugodnost i savjesnost, a model koji ih opisuje naziva se Pet-faktorskim modelom (Costa i McCrae, 1987). Ovih pet dimenzija ličnosti pokazale su povezanost s različitim ponašanjima u svakodnevnom životu, pa tako i sa organizacijskim ponašanjem i radnom uspješnošću. Osobine ličnosti, poglavito savjesnost i emocionalna stabilnost (suprotnost neuroticizmu) u organizacijskom su kontekstu od ključne važnosti za predviđanje ishoda poput zadovoljstva poslom, radne uspješnosti, rukovođenja, timskog rada, fluktuacije i uspjeha u karijeri (Oswald i Hough, 2011).

Povezanost osobina ličnosti s radnim ponašanjem i organizacijskim ishodima dala je uvid u korisnost ispitivanja osobina ličnosti prilikom selekcije zaposlenika za različite poslove. Premda je ličnost moguće ispitivati pomoću nekoliko metoda, najjeftinija i najjednostavnija, pa prema tome i najčešće korištena metoda su upitnici ličnosti (Šverko, 2012). Ključnu su ulogu u integraciji upitnika ličnosti u selekcijski postupak odigrali nalazi koji ukazuju na to da ličnost doprinosi predikciji ishoda povrh mjera kognitivnih sposobnosti, koje mnogi psiholozi smatraju najboljim prediktorom radne uspješnosti (Šverko, 2003). Schmidt i Hunter (1998) utvrdili su da upitnici savjesnosti povrh mjera kognitivnih sposobnosti objašnjavaju 18% dodatne varijance opće radne uspješnosti, dok neke složene osobine ličnosti poput integriteta objašnjavaju i do 27% dodatne varijance istog kriterija. Ovi su rezultati doveli do toga da su upitnici ličnosti jedna od metoda u selekcijskim postupcima čije je korištenje u stalnom porastu i čije prednosti uviđa sve veći broj poslodavaca (Rothstein i Goffin, 2006).

Međutim, uz upitnike ličnosti oduvijek se veže i problem davanja socijalno poželjnih odgovora i lažiranja odgovora. Ako lažiranje definiramo kao „pojedinačev svjesni pokušaj manipulacije odgovora kako bi stvorio pozitivan dojam o sebi“ (McFarland i Ryan, 2000), jasno je da je ovaj problem posebno izražen u selekcijskim situacijama, kada je pojedincima u vlastitom interesu prikazati se poslodavcu u što boljem svjetlu. Štoviše, brojna su istraživanja pokazala da je, prije svega, moguće lažirati odgovore u upitnicima ličnosti (Jerneiđ i sur., 2010; Viswesvaran i Ones, 1999), te da kandidati u selekcijskim situacijama to uistinu čine (Griffith, Chmielowski i Yoshita, 2007; Morgeson i sur., 2007; Robie, Brown i Beaty, 2007). Jedan od razloga vjerojatno leži u tome što je kandidatima često očito koji je odgovor na pojedinu česticu „ispravan“, te mogu pretpostaviti koje osobine poslodavci smatraju važnima pa se na tim osobinama prikazati bolji nego što jesu. Problem nastaje kada takva iskrivljavanja promijene rang poredak kandidata u selekcijskom postupku, te se zaposle ljudi koji ne posjeduju karakteristike koje su poželjne za određeno radno mjesto, a zakinuti ostanu pojedinci čije karakteristike možda bolje odgovaraju zahtjevima posla. Važno je stoga nastojati da selekcijski postupak bude što pravilniji, odnosno da se potencijalne prijetnje njegovoj valjanosti, poput lažiranja odgovora, svedu na minimum. Uzevši to u obzir, valja primijetiti kako najčešće postoje značajne razlike među pojedincima u stupnju u kojem iskrivljavaju svoje odgovore, te se postavlja pitanje koje točno individualne i/ili situacijske odrednice mogu djelovati na motivaciju pojedinaca za lažiranje odgovora.

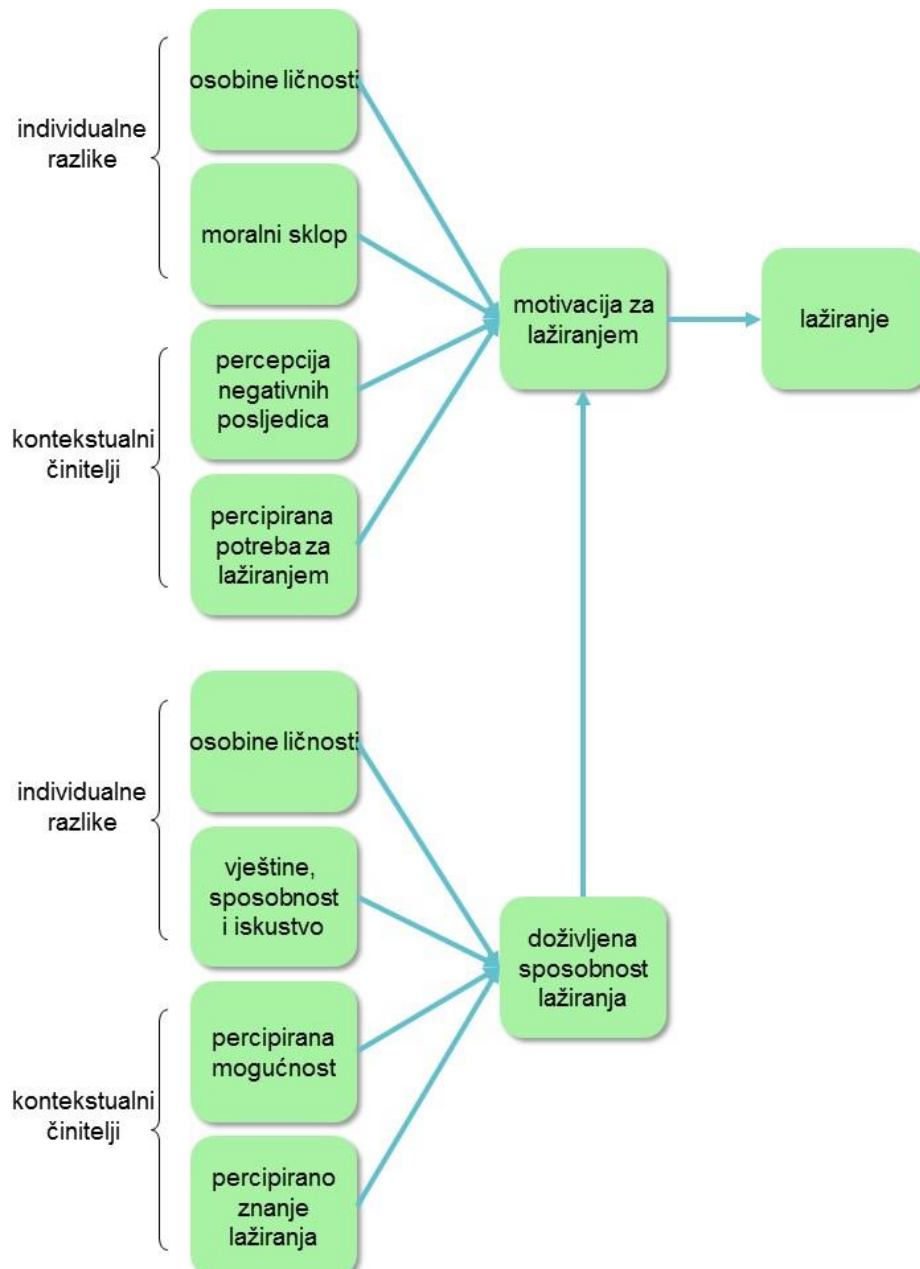
Snell, Sydell i Lueke (1999) prvi su predložili interakcijski model lažiranja odgovora. Pretpostavka ovog modela jest da individualne karakteristike pojedinca djeluju u interakciji sa kontekstualnim faktorima. Drugim riječima, nije moguće točno odrediti kakvi će kandidati lažirati u selekciji, jer stupanj lažiranja ovisi i o karakteristikama situacije. Ni individualni ni kontekstualni faktori na lažiranje odgovora ne djeluju izravno, već preko sposobnosti lažiranja i motivacije za lažiranjem, koje autori smatraju glavnim i neposrednim odrednicama uspješnog iskrivljavanja odgovora. Prema ovim autorima, najsnažniji utjecaj na lažiranje imaju perceptivni situacijski faktori, poput ponašanja drugih, doživljene pravednosti selekcijskog postupka, stavova kandidata prema lažiranju te važnosti ishoda dobivanja posla, dok sposobnost za lažiranje odgovora najbolje predviđaju opća mentalna sposobnost i emocionalna inteligencija.



Slika 1. Model lažiranja odgovora Snell, Syndella i Lueke (1999)

U usporedbi s ovim modelom, McFarland i Ryan (2000) u svom modelu nešto specifičnije definiraju pojedine odrednice lažiranja odgovora te sugeriraju njihove moguće interakcije. Ključni dio modela čini utjecaj uvjerenja o lažiranju na namjeru za lažiranjem, te potom na samo ponašanje lažiranja odgovora. Kasnije su autorice ovaj model proširile kroz integraciju Ajzenove Teorije planiranog ponašanja (1991), empirijski višestruko potvrđene teorije koja se koristi za predviđanje namjera i ponašanja ljudi. Namjeru za lažiranjem odgovora prema tome određuju uvjerenja o ispravnosti lažiranja, uvjerenja o tome kako lažiranje odgovora vide drugi, te uvjerenja o mogućnosti lažiranja odgovora, te namjera potom djeluje kao neposredna odrednica lažiranja odgovora. Odnos između uvjerenja i namjere za lažiranjem prema ovom modelu moderirati će situacijski utjecaji kao što su želja za poslom ili upozorenje o mogućnosti otkrivanja lažiranja, dok će odnos između namjere lažiranja i konačnog ponašanja moderirati sposobnost i mogućnost lažiranja (McFarland i Ryan, 2006).

Prema modelu Goffina i Boyd (2009), lažiranje odgovora određuju individualne karakteristike i kontekstualni čimbenici, koji također na lažiranje utječu posredno, preko motivacije za lažiranjem odgovora. Ovi autori smatraju da je motivacija za lažiranjem jedina izravna odrednica lažiranja, a određuju je relativno stabilne individualne karakteristike kandidata poput osobina ličnosti i moralnog sklopa, te njegove percepcije situacije i doživljene sposobnosti lažiranja odgovora.



Slika 2. Model lažiranja odgovora Goffina i Boyd (2009)

Na temelju spomenutih modela može se zaključiti da na lažiranje odgovora u selekcijskoj situaciji utječu individualne karakteristike pojedinca, kontekstualni čimbenici (subjektivni i objektivni), te njihova interakcija, no empirijska istraživanja koja bi utvrdila točne odrednice lažiranja u selekciji još uvijek su malobrojna i ostavljaju prostora za spoznajni napredak.

2. Opći i specifični ciljevi rada

Ako uzmemo u obzir općenitu važnost pravilnog selekcijskog postupka, njegovu cijenu i moguće posljedice neadekvatne selekcije, postoji jasna potreba da se bilo kakvo ponašanje koje može ugroziti valjanost selekcijskog postupka predvidi i spriječi. Lažiranje odgovora ponašanje je koje nije lako mjeriti, te je stoga nužno predvidjeti kakvi će pojedinci u kojim situacijama biti spremniji upustiti se u lažiranje odgovora na upitnicima ličnosti, te u skladu s tim poduzeti potrebne mjere da bi se to ponašanje svelo na najmanju moguću mjeru ili pak u potpunosti spriječilo. Budući da su dosadašnja istraživanja odrednica lažiranja odgovora malobrojna, a operacionalizacije pojedinih odrednica različite, još uvijek nije sasvim jasno koje osobine ličnosti, te koji elementi percepcije situacije određuju motivaciju kandidata za lažiranjem odgovora u selekcijskoj situaciji. Povrh toga, nejasno je i neistraženo koje objektivne karakteristike selekcijske situacije utječu na lažiranje odgovora. Kako u ovom slučaju nije cilj utvrditi koliko često ili koliko intenzivno se neko ponašanje javlja, već je i dalje nužno steći dublji uvid u dosad nedovoljno istraženo područje odrednica lažiranja odgovora, u ovom je istraživanju za prikupljanje i obradu podataka primijenjena kvalitativna istraživačka metodologija.

Ovakav metodološki pristup stavlja naglasak na cjelovit (holistički) i detaljan opis određene situacije ili aktivnosti (Ajduković, 2007), te je njegova prednost mogućnost dobivanja velikog broja informacija o tome koje su potencijalne odrednice lažiranja odgovora i u kojem smjeru djeluju na motivaciju za lažiranje odgovora direktno od malog broja pojedinaca. Kako je predmet istraživanja zapravo motivacija za lažiranjem odgovora, za koju se pretpostavlja da je svjesno ponašanje, da bismo je razumjeli potrebno je najprije od samih kandidata saznati što ih potiče na uljepšavanje odgovora u selekcijskoj situaciji i kako gledaju na to ponašanje.

Prema tome, opći cilj istraživanja je ispitati koje su karakteristike selekcijske situacije te koje su individualne karakteristike kandidata potencijalno prediktivne za motivaciju za lažiranje

odgovora na upitniku ličnosti u selekcijskoj situaciji. Specifičnije, pokušat ćemo odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja:

1. Lažiraju li kandidati uopće svoje odgovore na upitnicima ličnosti u selekcijskim situacijama i što za njih znači lažirati odgovore?
2. Koje aspekte situacije kandidati razmatraju pri odluci hoće li se upustiti u lažiranje odgovora na upitnicima ličnosti u selekcijskim situacijama?
3. Koje individualne karakteristike kandidata potencijalno određuju hoće li se upustiti u lažiranje odgovora na upitnicima ličnosti u selekcijskim situacijama?

3. Metoda

3.1. Sudionici

U istraživanju je sudjelovalo 8 sudionika, heterogenih po spolu (M=4, Ž=4). Prosječna dob sudionika bila je 27 godina, te su svi sudionici imali visoku ili višu stručnu spremu. Sudionici su bili heterogeni po trenutačnom radnom statusu i količini iskustva u selekcijskim situacijama. U kvalitativnim se istraživanjima sudionici odabiru prema kriterijima koji su određeni temom istraživanja (Miles i Huberman, 1994), te je stoga istraživanje provedeno na namjernom uzorku osoba koje imaju nedavnog iskustva s odgovaranjem na upitnike ličnosti u selekcijskoj situaciji. Sudionici u istraživanju prikupljeni su pomoću osoba dobro upućenih u temu istraživanja (tzv. ključnih informatora), te su glavni kriteriji za odabir sudionika bili da budu visoko obrazovani, te da su u posljednje dvije godine barem jednom odgovarali na upitnike ličnosti u selekcijskoj situaciji. Detaljan opis uzorka sudionika nalazi se u Tablici 1.

3.2. Instrumenti i postupak

Istraživanje je provedeno kvalitativnom metodologijom, metodom dubinskih intervjua. Točan broj sudionika nije bio unaprijed određen, već su se intervjui obavljali sve do trenutka dok se nije iscrpila izučavana tema, odnosno tako dugo dok se razmišljanja u intervjui nisu počela ponavljati (Milas, 2005).

Prema uobičajenoj praksi, formulacija i redosljed postavljanja pitanja ugrubo su bili unaprijed određeni, što je omogućilo usporedbu odgovora različitih pojedinaca te lakšu organizaciju i analizu podataka. Vodič prema kojem su se intervjui vodili, konstruiran za ovo istraživanje, nalazi se u prilogu. Razgovori su, uz dopuštenje sudionika, bili snimani na audio zapis, te je prosječno trajanje jednog intervjua bilo 30 min.

Tablica 1 – Struktura uzorka sudionika u istraživanju (N=8)

Redni broj sudionika	Spol	Dob	Stručna sprema	Radni status	Zanimanje	Iskustvo u odgovaranju na upitnike ličnosti	Trajanje intervjua (u minutama)
1	Ž	27	VSS	Nezaposlena	Novinar	- jednom u selekciji	31
2	M	28	VSS	Zaposlena na neodređeno sa probnim rokom	Inženjer elektrotehnike	- 3 puta u selekciji - za potrebe vojske	43
3	M	28	VSS	Zaposlen na određeno	Ekonomist	- 2 puta u selekciji - za potrebe vojske	29
4	M	25	VSS	Zaposlen na neodređeno	Inženjer računarstva	- 2 puta u selekciji - za potrebe vojske	34
5	Ž	26	VSS	Nezaposlen	Inženjer kemijske tehnologije	- jednom u selekciji	23
6	Ž	27	VŠS	Zaposlena na neodređeno	Ekonomist	- 3 puta u selekciji - sudjelovanje u istraživanju	24
7	Ž	34	VSS	Zaposlena u vlastitoj firmi	Profesor njemačkog jezika i lingvist	- 2 puta u selekciji	34
8	M	23	VŠS	Honorarno zaposlen	Ekonomist	- 2 puta u selekciji	22

4. Rezultati

4.1. Lažiranje odgovora općenito

Kao odgovor na prvo istraživačko pitanje: „*Lažiraju li kandidati uopće svoje odgovore na upitnicima ličnosti u selekcijskim situacijama i što za njih znači lažirati odgovore?*“ kvalitativnom analizom podataka dobiveni su odgovori koje možemo grupirati u dvije kategorije: Stav o lažiranju odgovora i Percepcija lažiranja odgovora.

Što se stava o lažiranju odgovora tiče, ispitali smo općenito mišljenje sudionika o lažiranju odgovora u selekcijskim situacijama te njihove implicitne definicije lažiranja. Prije svega, možemo uočiti da sudionici smatraju lažiranje normalnim i dapače, poželjnim ponašanjem.

Primjerice: „to je poželjno ponašanje, sigurno je korisno...i kad se upoznaješ s nekim, pretpostavljam da se prikazuješ u boljem svjetlu“, „prije bih zaposlila nekoga tko je uljepšao odgovore“, „u društvu je uvriježeno da se to uljepšava“.

Definicije lažiranja uključuju uzimanje vlastitih karakteristika u obzir, ali uz uljepšavanje istih kako bi ih se uskladilo s osobinama koje, po mišljenju kandidata, traži poslodavac.

Primjeri su sljedeći: „uljepšati odgovore znači pokušati odgonetnuti ono što se očekuje i zadovoljiti potrebe radnog mjesta“, „dati si višu ocjenu nego što mislimo da zaslužujemo...reći istinu ali malo ju pojačati“, „predstaviti se u boljem svjetlu“, „prilagoditi odgovore očekivanjima u selekcijskom procesu“.

Percepciju lažiranja odgovora sudionici su izražavali kao procjenu učestalosti lažiranja u selekcijskim situacijama, kao procjenu općenite mogućnosti za uspješno uljepšavanje odgovora na upitnicima ličnosti, te kao procjenu vlastite sklonosti lažiranju odgovora.

Procjene učestalosti lažiranja u selekcijskim situacijama kretale su se između 40% i 97%, te je prevladavalo stajalište da većina ljudi barem u nekoj mjeri uljepšava svoje odgovore na upitnicima ličnosti. Osim toga, sudionici su navodili kako vjeruju da je moguće uspješno uljepšati odgovore na upitnicima i da bi oni sami, kad bi to htjeli, mogli uspješno uljepšati

svoje odgovore. Sukladno tome, sudionici su uvidjeli postojanje individualnih razlika u sposobnosti uspješnog lažiranja i sklonosti lažiranju općenito.

4.2. Situacijske odrednice lažiranja odgovora

Kako bismo odgovorili na drugo istraživačko pitanje; „*Koje aspekte situacije kandidati razmatraju pri odluci hoće li se upustiti u lažiranje odgovora na upitnicima ličnosti u selekcijskim situacijama?*“ razmotrit ćemo 6 kategorija aspekata situacije za koje su sudionici izvještavali da mogu povećati ili smanjiti motivaciju za lažiranjem odgovora. To su: Potreba/želja za poslom, Duljina upitnika, Percipirana pravednost selekcijskog postupka, Percepcija o uljepšavanju od strane drugih kandidata, Seleksijski omjer i broj otvorenih radnih mjesta te Upozorenje da je lažiranje odgovora moguće otkriti i da će ga uslijediti negativne posljedice. Ovdje je bitno napomenuti da su se sudionici samostalno dosjetili samo prva dva navedena aspekta situacije, potrebe/želje za poslom i duljine upitnika, dok su o preostalim aspektima izrazili svoju pretpostavku tek kad im je na njih skrenuta pažnja.

Jaka potreba odnosno želja za poslom pokazala se kao odrednica situacije koja prema mišljenju sudionika najviše utječe na motivaciju za lažiranjem odgovora, i to u jasnom smjeru: što više želimo određeni posao ili nam je on izrazito potreban (bilo iz nekih osobnih razloga ili općenito zbog situacije na tržištu rada), biti ćemo više motivirani lažirati odgovore kako bismo povećali šanse da taj posao i dobijemo.

Prema riječima sudionika: „najviše ovisi o tome koliko želim taj posao“, „da mi baš jako treba posao učinio bi sve što treba“, „oni koji ne žele raditi, ne uljepšavaju...smanjuju si šanse jer zapravo ne žele taj posao“, „ako posao jako želiš ili ti jako treba, više ćeš se truditi, želiš se pokazati u najboljem svjetlu“.

Slično je i sa naizgled nebitnom karakteristikom situacije – duljinom upitnika. Čini se da dugački upitnici umanjuju motivaciju kandidata za lažiranje odgovora, te su skloni izgubiti koncentraciju potrebnu za lažiranje i jednostavno odgovoriti što im prvo padne na pamet, a to je obično najiskreniji odgovor.

Što se percipirane pravednosti selekcijskog postupka tiče, sudionici izvještavaju da ona nema utjecaja na lažiranje odgovora, jer kod nepravednih postupaka (u kojima se, na primjer, posao dobiva preko veze) kandidati percipiraju da ionako nemaju šanse dobiti posao te se nema

smisla truditi. Drugim riječima, percipirana nepravednost selekcijskog postupka općenito demotivira kandidate da uopće u njemu sudjeluju, te navode da bi pokušali naći posao u nekoj drugoj tvrtci.

Nejednoznačni rezultati dobiveni su u kategorijama Percepcija o uljepšavanju od strane drugih kandidata i Seleksijski omjer i broj otvorenih radnih mjesta. Tako bi dio sudionika uljepšavao više kad bi znao da i drugi kandidati uljepšavaju svoje odgovore, dok bi dio baš zbog toga uljepšavao manje ili se na to uopće ne bi obazirao. Također, neki bi kandidati više uljepšavali svoje odgovore ako je seleksijski omjer mali odnosno ako imaju malu šansu da dobiju posao (npr. 20%) dok bi drugi uljepšavali više ako imaju veliku šansu da dobiju posao, odnosno ako je seleksijski omjer velik (npr. 80%). Isto vrijedi i za broj otvorenih radnih mjesta: neki sudionici smatraju da bi najviše uljepšavali ako se uz njih prijavilo još mnogo drugih kandidata, bez obzira na to koliko se ljudi zapošljava, dok bi drugima ključna informacija bila broj otvorenih radnih mjesta, te bi više uljepšavali ako se prima mali broj ljudi, bez obzira na broj prijavljenih.

Zanimljivi su bili odgovori sudionika u kategoriji Upozorenje da je lažiranje odgovora moguće otkriti i da će ga uslijediti negativne posljedice. Naime, dok je većina sudionika izvještavala da bi takvo upozorenje svakako smanjilo njihovu motivaciju za lažiranje odgovora (makar bi i dalje uljepšavali, ali „suptilnije“) i da bi potencijalne negativne posljedice svakako mogle odvratiti kandidate od lažiranja, neki su sudionici izrazili sumnju u mogućnost otkrivanja lažiranja navodeći kako je to moguće samo u ekstremnim situacijama, te kako ih prijetnja negativnim posljedicama ne bi mogla odvratiti od lažiranja.

4.3. Individualne odrednice lažiranja odgovora

Kao odgovor na posljednje istraživačko pitanje: „*Koje individualne karakteristike kandidata potencijalno određuju hoće li se upustiti u lažiranje odgovora na upitnicima ličnosti u selekcijskim situacijama?*“ kvalitativnom analizom podataka prepoznali smo kategorije: Percipirano odstupanje od idealnog profila, Inteligencija i Osobine ličnosti.

Sudionici su prepoznali da postoje individualne razlike među ljudima u sklonosti prema lažiranju odgovora i u uspješnosti lažiranja. Razlike u sklonosti prema lažiranju odgovora pripisivali su u prvom redu razlikama u percepciji vlastitog odstupanja od idealnog profila – što su kandidati svjesniji da njihove karakteristike ne odgovaraju onima koje su potrebne za

određeno radno mjesto, skloniji su uljepšati svoje odgovore kako bi riješili nesklad, „pogurati svoje osobine u pravom smjeru“. Primjerice: „Pa, ako si svjestan da tvoje osobine ne zadovoljavaju, više ćeš ih nastojati uljepšati“, „oni kandidati koji osjećaju da nisu adekvatni za posao će više lažirati“. Ako pak smatraju da su njihove karakteristike u skladu sa zahtjevima poslodavca, nemaju potrebe za lažiranjem odgovora, no također su i sigurniji u sebe i realniji.

Razlike u uspješnosti lažiranja odgovora većinom su pripisivane inteligenciji, te su oni pojedinci koji nisu uspješni u lažiranju karakterizirani kao manje inteligentni ili čak naivni. Osim toga, može se zaključiti i da uspješnost u lažiranju ima veze i sa znanjem o poželjnim osobinama, budući da je potrebno uspješno prepoznati poželjne osobine kako bi se moglo odgovore „pomaknuti“ u pravom smjeru.

Uz navedene individualne odrednice, intervjuom su bile zahvaćene još dvije – moralni sklop i religioznost, koje se nisu pokazale relevantnima za motivaciju za lažiranjem. Sudionici su bili suglasni da lažiranje nije ponašanje koje je određeno moralnim sklopom niti religioznošću pojedinca.

5. Rasprava

Cilj provedenog istraživanja bio je ispitati koji su kontekstualni čimbenici te koje su individualne karakteristike kandidata potencijalno prediktivne za motivaciju za lažiranje odgovora na upitnicima ličnosti u selekcijskoj situaciji. Budući da je područje odrednica lažiranja odgovora dosad nedovoljno istraženo, kako bismo stekli dublji uvid u to kako kandidati pristupaju odgovaranju na upitnike ličnosti u selekcijskim situacijama, u ovom je istraživanju za prikupljanje i obradu podataka primijenjena kvalitativna istraživačka metodologija.

U okviru prvog istraživačkog pitanja, zanimalo nas je lažiraju li kandidati svoje odgovore u upitnicima ličnosti i kako gledaju na spomenuto ponašanje. Rezultati pokazuju da visokoobrazovani mladi vjeruju da je odgovore u upitnicima ličnosti moguće uljepšati, te da većina kandidata uljepšava svoje odgovore u selekcijskim situacijama. Štoviše, oni sami navode kako je uljepšavanje odgovora u selekcijskoj situaciji zapravo adaptivno ponašanje, te se povezuje sa „zdravim razumom“ kao sredstvo za postizanje cilja. Marcus (2009) je takvo ponašanje nazvao samo-prezentacijskim, te ga definirao kao legitimne pokušaje kandidata da

sliku koju šalju o sebi prilagode zahtjevima atraktivnih poslodavaca. Također je naveo kako se lažiranje odgovora implicitno ili eksplicitno definira kao moralno neprihvatljivo ponašanje koje ima negativne posljedice za proces profesionalne selekcije, dok samo-prezentacija ne implicira evaluativne pretpostavke o etičnosti ponašanja niti poželjnosti ishoda. Ovakav su stav o lažiranju čini se prihvatili i sudionici ovog istraživanja, te su stoga napomenuli kako lažiranje nema veze s moralnim sklopom osobe, te se ne doživljava kao moralno neprihvatljivo ponašanje.

Nalaz da su ljudi skloni lažirati odgovore na upitnicima ličnosti bilo u selekcijskom, kliničkom ili kakvom drugom kontekstu kontinuirano se potvrđuje u istraživanjima kroz različite kulture i na različitim strukturama uzoraka (npr. Cofer, Chance i Judson, 1949; Griffith i sur., 2007; Robie i sur., 2007; Viswesvaran i Ones, 1999). Nalaz da između 40% i 90% kandidata lažira svoje odgovore možemo usporediti s nalazima prethodnih istraživanja u kojima se pokušao empirijski utvrditi postotak kandidata koji lažiraju. Prosječno su se procjene kretale oko 30% (Griffith i Converse, 2011). Raskorak među procjenama lažiranja sudionika u ovom istraživanju i podataka dobivenih empirijskim istraživanjima može se objasniti razlikama u operacionalizaciji lažiranja. U ovom su istraživanju kandidati svako uljepšavanje odgovora, koliko god suptilno, karakterizirali kao lažiranje. U skladu s tim, iako se motivacija za lažiranjem donekle razlikuje u različitim kontekstima, većinom se radi o upravljanju slikom o sebi i pokušaju pojedinca da se u određenoj situaciji prikaže boljim nego što jest (Villanova i Bernardin, 1991). Ovakva je motivacija posebno izražena u selekcijskom kontekstu u kojem postoji izrazita potreba kandidata da se istakne među konkurencijom, kako bi uspio u postizanju svog cilja i u konačnici dobio posao. U brojnim je modelima lažiranja odgovora upravo motivacija za lažiranjem navedena kao osnovna, neposredna odrednica lažiranja.

No, što određuje motivaciju za lažiranjem? Rezultati ovog istraživanja pokazuju da je motivacija za lažiranjem uvjetovana individualnim i situacijskim karakteristikama. Prema modelu McFarland i Ryan (2006), namjeru za lažiranjem u prvom redu određuju pozitivni stavovi prema tom ponašanju, subjektivne norme i percipirana bihevioralna kontrola. Kandidati u ovom istraživanju očito o lažiranju imaju relativno pozitivan stav, te se ono doživljava kao društveno uvriježeno, očekivano ponašanje koje je lako izvedivo. Osim toga, sposobnost lažiranja je, uz mogućnost lažiranja, važan moderator veze između namjere i stvarnog ponašanja. Karakteristike upitnika poput transparentnosti čestica, te individualne

karakteristike poput samomotrenja, samosvjesnosti i kognitivne sposobnosti potencijalno mogu povećati sposobnost lažiranja. Zanimljivo je da su upravo ove osobine i karakteristike kao važne prediktore sposobnosti lažiranja navodili i sudionici u ovom istraživanju. Osim navedenog, prema Snell i sur. (1999) na sposobnost lažiranja trebalo bi djelovati i iskustvo kandidata. Kandidati koji su radili na određenom poslu lakše će prepoznati osobine koje su važne za taj posao nego oni bez iskustva u sličnim poslovima, te kako bi uspješno lažirali svoje odgovore moći će prepoznati osobine koje se mjere u selekcijskom testu. Slični su rezultati dobiveni i u ovom istraživanju, u vidu znanja o poželjnom profilu. Tako pojedinci s iskustvom u određenim poslovima vjerojatno znaju više o osobinama poželjnim za te poslove što im pomaže uljepšati odgovore.

Nadovezujući se na pitanje motivacije, intuitivno je jasno da su želja i/ili potreba za poslom važne odrednice lažiranja odgovora. Naposljetku, ako nekome nije stalo da dobije posao, neće biti motiviran potruditi se da ga dobije, pa u skladu s time neće ni uljepšavati svoje odgovore. Doživljena potreba za lažiranjem odgovora stoga je važan element u svim spomenutim modelima koji se bave lažiranjem odgovora, premda je njena operacionalizacija u svakome ponešto drugačija. U ovom se istraživanju važnost ishoda dobivanja posla pokazala najvažnijom situacijskom odrednicom lažiranja odgovora. Ovakav se nalaz može objasniti sa stajališta Teorije očekivanja, prema kojoj će motivacija pojedinaca biti to veća što im je ishod ponašanja važniji (Vroom, 1964). Osim toga, prema Vroomovoj teoriji važno je i očekivanje kandidata da uistinu može dobiti željeni posao. Drugim riječima, ako kandidat očekuje pozitivan ishod, odnosno da će njegovo lažiranje dovesti do toga da dobije posao, bit će skloniji uljepšati svoje odgovore. Ovome u prilog idu i rezultati dobiveni za Percipiranu pravednost selekcijskog postupka – ako kandidat smatra da je selekcijski postupak nepravedan i očekuje da njegov trud ne može utjecati na ishod postupka, neće biti motiviran uljepšati svoje odgovore već će odgovarati iskreno. Konačno, ključna je i instrumentalnost samog ponašanja, to jest kandidati moraju percipirati da će lažiranje odgovora u selekcijskoj situaciji uistinu rezultirati većom šansom da dobiju posao. Prema Ellingson i McFarland (2011), upravo su instrumentalnost ponašanja, te valencija i očekivanje ishoda najvažniji faktori preko kojih djeluju motivacijske odrednice lažiranja odgovora.

Upozorenje da je lažiranje odgovora moguće otkriti i da će ga slijediti negativne posljedice u dosadašnjim se istraživanjima pokazalo kao relativno djelotvoran način prevencije lažiranja, (Oswald i Hough, 2011), te su ga Goffin i Boyd (2009) uključili su svoj opći model lažiranja

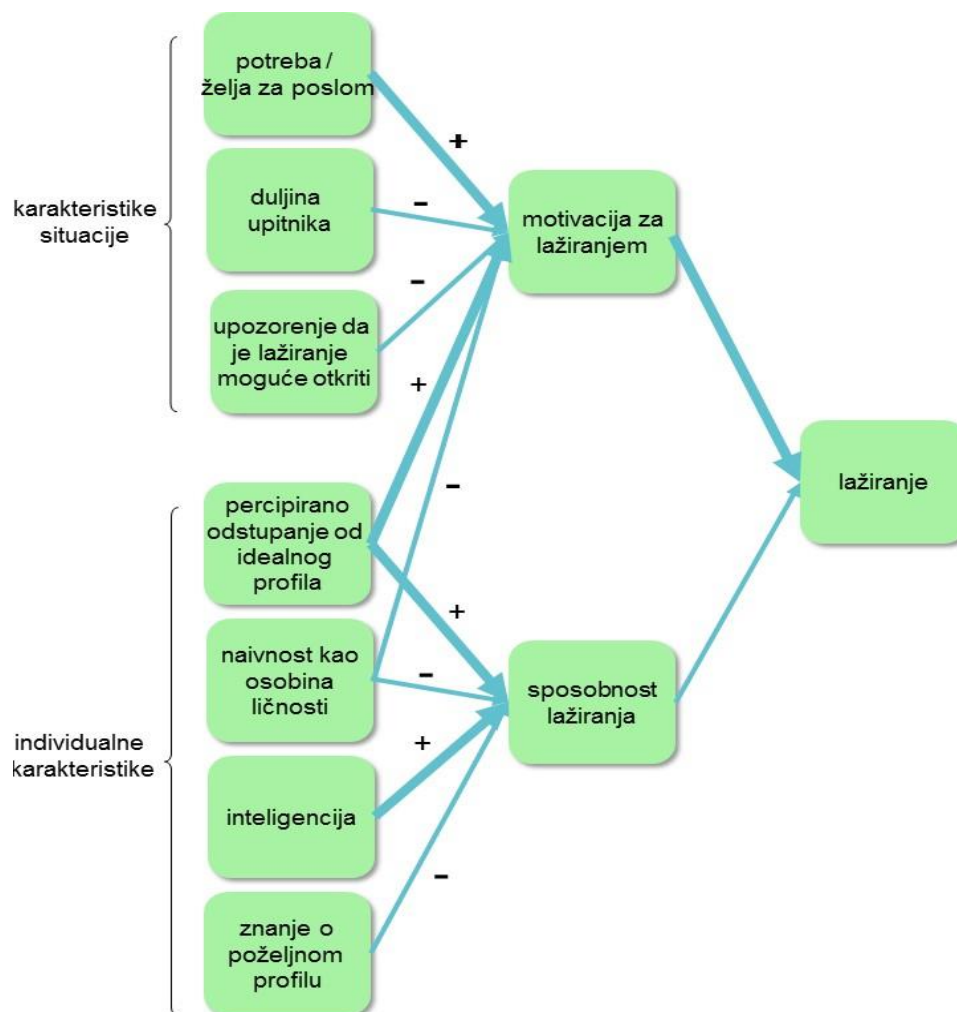
odgovora kao jedan od važnih kontekstualnih čimbenika koji određuju motivaciju za lažiranjem. Međutim, važna je kandidatova individualna percepcija upozorenja, a ne njegova objektivna prisutnost. Primjerice, neki kandidati mogu vjerovati da nije moguće otkriti lažiranje odgovora, te takve pojedince upozorenje o tome da će lažiranje rezultirati negativnim posljedicama neće obeshrabriti da ipak uljepšaju svoje odgovore. Tome u prilog govore izjave nekih od sudionika u ovom istraživanju, koji su izrazili sumnju u mogućnosti otkrivanja lažiranja i napomenuli kako ih prijetnja negativnim posljedicama ne bi odvratila od lažiranja svojih odgovora. Većina je sudionika ipak izjavila da bi upozorenje barem u nekoj mjeri smanjilo njihovo lažiranje, što je u skladu s rezultatima empirijskih istraživanja o utjecaju upozorenja na lažiranje odgovora (Dwight i Donovan, 2003; Pace i Borman, 2006).

Utjecaj selekcijskog omjera na lažiranje odgovora dvojen je. Neki bi sudionici u većem stupnju uljepšavali svoje odgovore dok je selekcijski omjer stroži, dok bi neki uljepšavali više u situaciji blažeg selekcijskog omjera. Neki autori (npr. Snell i sur.; Pace i Borman, 2006) pretpostavljaju da bi potreba za lažiranjem trebala biti viša kada je selekcijski omjer stroži. U takvim se uvjetima, kada pristupnici percipiraju da imaju malo šanse da dobiju posao, lažiranje može učiniti kao jedina strategija kojom si mogu dodatno povećati šansu da pobijede konkurenciju i budu zaposleni. Međutim, malobrojna empirijska istraživanja ovu hipotezu još nisu potvrdila, te povezanost strogosti selekcijskog omjera i motivacije kandidata za lažiranjem tek treba utvrditi.

Što se individualnih karakteristika kandidata koje utječu na motivaciju za lažiranjem odgovora tiče, najznačajnijim se pokazalo percipirano odstupanje od idealnog profila. Ovaj čimbenik ustvari je posljedica interakcije individualnih osobina, vrijednosti i stavova s elementima situacije poput prirode posla i zahtjeva radnog mjesta za koje se kandidat prijavljuje. U suštini, pristupnici će biti skloniji lažirati svoje odgovore ako u selekcijskoj situaciji percipiraju da njihove individualne karakteristike značajno odstupaju od karakteristika zaposlenika kakvog poslodavac traži. Prema Marcusu (2006) će diskrepanca između slike o sebi i percipiranog ideala utjecati na motivaciju kandidata za samopredstavljanjem, uz uvjet da kandidat ima određene informacije o situaciji, odnosno o zahtjevima posla. Tako kandidati koji doživljavaju takvu nesukladnost imaju potrebu smanjiti je kroz uljepšavanje odgovora, dok kandidati koji već posjeduju karakteristike važne za posao ne trebaju u tolikoj mjeri uljepšavati svoje odgovore, a nemaju niti prostora za to (McFarland i Ryan, 2000).

Osim toga, čini se da individualne karakteristike pojedinaca igraju važnu ulogu kada je u pitanju sposobnost uspješnog lažiranja odgovora, koja na lažiranje djeluje neovisno o motivaciji. Da bi se mogli uspješno prikazati kao prave osobe za željeni posao, kandidati moraju ispravno prepoznati koje osobine poslodavci traže. Neke od njih su univerzalne, potrebne za svaki posao, poput predanosti, marljivosti, odgovornosti, poštenje, dok su druge specifične za određene poslove, poput kreativnosti, sklonosti timskom radu i prezentacijskih vještina. Čini se da uspješnost u lažiranju najviše ovisi o intelektualnim sposobnostima pojedinca, snalažljivosti i umjerenosti, te već navedenom znanju o poželjnom profilu. Prema Snell i sur. (1999), upravo su kognitivna i emocionalna inteligencija individualne odrednice koje povećavaju sposobnost lažiranja.

Nalazi ovog istraživanja sažeto su prikazani na Slici 3.



Slika 3. Model lažiranja proizašao iz kvalitativnog istraživanja (N=8)

Na Slici 3 su prikazane samo one odrednice za koje su se sudionici složili oko smjera djelovanja, prikazanog simbolima + i -, gdje „+“ označava pozitivnu povezanost a „-“, negativnu. Također, u modelu su debljim strelicama prikazane povezanosti većeg efekta, odnosno one za koje su se svi sudionici složili da snažno djeluju na motivaciju, dok su tanjim strelicama označene povezanosti za koje se očekuje značajna ali niža korelacija s motivacijom – ili ih nisu svi sudionici spomenuli, ili ih je spomenula većina ali kao odrednice ograničenog djelovanja.

6. Zaključak

Ovim smo istraživanjem ispitali općeniti stav o lažiranju odgovora u selekcijskoj situaciji, te individualne i situacijske odrednice motivacije za lažiranje. Kandidati lažiranje odgovora na upitnicima ličnosti doživljavaju kao adaptivno ponašanje koje se često koristi u selekciji te kao takvo nije nemoralno, već je na neki način uvriježeno. Ponašanje lažiranja je posljedica motivacije koju određuju individualni i situacijski činitelji, većinom u međusobnoj interakciji. Na motivaciju za lažiranjem u pozitivnom smjeru snažno djeluju jaka potreba i želja za poslom, percipirana diskrepanca između vlastitog i idealnog profila, te općeniti stav o lažiranju, dok je smanjuju upozorenje da je lažiranje moguće otkriti i da će ga uslijediti negativne posljedice, duljina upitnika i percipirana pravednost selekcijskog postupka.

Pri interpretaciji nalaza ovog istraživanja, u obzir valja uzeti i neka njegova ograničenja. Istraživanje je, u skladu sa zahtjevima kvalitativne metodologije, provedeno na malom namjernom uzorku visoko obrazovanih osoba koje imaju recentnog iskustva u rješavanju upitnika ličnosti u selekcijskim situacijama. Ovakvim smo odabirom sudionika željeli dobiti informacije od pojedinaca kakvi najčešće sudjeluju u psihologijskim testiranjima prilikom selekcije za posao, između ostalog i u ispunjavanju upitnika ličnosti – mladih obrazovanih ljude koji tek ulaze na tržište rada i čija se radna uspješnost ne može predvidjeti na temelju njihovog prethodnog iskustva. Osim toga, visoko obrazovani kandidati pogodni su sudionici u ovakvom tipu istraživanja u kojima se zahtijeva dubinsko promišljanje o vlastitom ponašanju. Pritom valja uzeti u obzir da ovaj uzorak nije reprezentativan za populaciju osoba koje pristupaju rješavanju upitnika ličnosti u selekcijske svrhe, te je mogućnost generalizacije rezultata na cijelu populaciju kandidata ograničena. Također, pri usporedbi s rezultatima prijašnjih istraživanja, treba imati na umu da je ovo među rijetkim istraživanjima provedenim u Hrvatskoj.

Također, s obzirom na primijenjenu kvalitativnu metodologiju, ne mogu se donijeti konačni zaključci o postojanju uzročno-posljedičnih veza ili stvarnih povezanosti motivacije za lažiranjem odgovora i navedenih individualnih i kontekstualnih čimbenika. Međutim, s obzirom na nedostatak teorijskih i empirijskih istraživanja motivacije za lažiranjem, i dalje je nužno doći do što većeg broja informacija izravno od kandidata koji kroz proces selekcije prolaze, kako bi se dobio dublji uvid u odrednice lažiranja odgovora iz njihove perspektive. S obzirom na to, korištenje kvalitativne metodologije najveći je doprinos ovog istraživanja. Rezultati dobiveni kvalitativnim metodama služe kao izvrstan izvor hipoteza i temelj za

buduća empirijska istraživanja. Specifičnije, nalazi ovog istraživanja su otkrili neke odrednice koje dosad nisu bile zahvaćene modelima, poput duljine upitnika, dok su neke druge odrednice poput moralnog sklopa u modelima često zastupljene, ali sami kandidati ih ne navode kao važne za motivaciju. Na praktičnom planu, rezultati ovog istraživanja mogu pomoći stručnjacima u selekciji pri kreiranju selekcijskih programa. Prije svega, trebaju se pripremiti na visoku stopu uljepšavanja odgovora kod hrvatskih kandidata koja je još dodatno pojačana recesijom i visokom stopom nezaposlenosti odnosno većom potrebom za poslom koja se pokazala kao jedna od najsnažnijih odrednica motivacije za lažiranjem. Iz nalaza proizlazi da se lažiranje odgovora može umanjiti upozorenjem, izradom duljih upitnika i manjom transparentnošću čestica.

6. Zahvale

Od srca zahvaljujem mentorici na strpljenju, podršci, pohvalama i sugestijama, te na potkrepljujućem i motivirajućem pristupu tijekom pisanja i izrade ovog rada.

Najveće hvala i sudionicima istraživanja, koji su izdvojili svoje dragocjeno vrijeme i bez čije pomoći provedba ovog istraživanja ne bi bila moguća.

Zahvaljujem roditeljima, prijateljima i kolegama na podršci (tehničkoj i emocionalnoj), te na bezuvjetnom razumijevanju.

7. Popis literature

Ajduković, M. (2007). Metodološki pristup empirijskom istraživanju kvalitete studija na pravnom fakultetu (projektni materijal). Zagreb: Pravni fakultet.

Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Cofer, C. N., Chance, J., i Judson, A. J. (1949). A study of malingering on the Minnesota Multiphasic Personality Inventory. *The Journal of psychology*, 27(2), 491-499.

Costa, P. T i McCrae, R. R. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 81-90.

Dwight, S. A. i Donovan, J. J. (2003). Do warnings not to fake reduce faking? *Human Performance*, 16, 1-23.

Goffin, R. D. i Boyd, A. C. (2009). Faking and Personality Assessment in Personnel Selection: Advancing Models of Faking. *Canadian Psychology*, 50(3), 151-160.

Griffith, R. L., Chmielowski, T. i Yoshita, Y. (2007). Do applicants fake? An examination of the frequency of applicant faking behavior. *Personnel Review*, 36(3), 341-355.

Griffith, R. L. i Converse, P. D. (2011). The rules of evidence and the prevalence of applicant faking. U M. Ziegler, C. MacCann, & R. D. Roberts (Ur.), *New perspectives on faking in personality assessment* (str. 34–52). New York, NY: Oxford University Press.

Jerneić, Ž., Galić, Z., Parmač Kovačić, M., Tonković, M., Prevendar, T., Bogdanić, A., Brozičević, M., Bučar, M., Čatipović, A., Đaković, I., Gospodnetić, F., Hrebac, M., Jakovina, A., Jelovica, V., Knezović, A., Lovrić, A., Löw, A., Paić-Antunović, J., Pavković, I., Petretić, M., Rajić-Stojanović, I., Salkičević, S., Sekulić, S., Taslak, M., Terzin-Laub, N., Tomiša, T., Ugarković, M., Vračević, T., Zlatar, A. (2010). *Ličnost i radno ponašanje: priroda i mjerenje socijalno poželjnog odgovaranja*. Zagreb: FF Press.

Marcus, B. (2009). „Faking“ From the Applicant's Perspective: A theory of self-presentation in personnel selection settings. *International Journal of Selection and Assessment*, 17(4), 417-430.

McFarland, L. A. i Ryan, A. M. (2000). Variance in faking across noncognitive measures. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 812-821.

McFarland, L. A. i Ryan, A. M. (2006). Toward an integrated model of applicant faking behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(4), 979-1016.

Milas, G. (2005). *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*. Jastrebarsko: Naklada Slap.

Miles, M. B., i Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.

Morgeson, F. P., Campion, M. A., Dipboye, R. L., Hollenbeck, J. R., Murphy, K. i Schmitt, N. (2007). Reconsidering the use of personality tests in personnel selection contexts. *Personnel Psychology*, 60(3), 683-729.

Oswald, F. L. i Hough, L. M. (2011). Personality and its assessment in organizations: Theoretical and empirical developments. U Zedeck, S. (Ur.), *APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol 2: Selecting and developing members for the organization*, (str. 153-184). Washington: American Psychological Association.

Pace, V. L. i Borman, W. C. (2006). The use of warnings to discourage faking on noncognitive inventories. U R. L. Griffith i M. H. Peterson (Ur.), *A closer examination of applicant faking behavior* (str. 283-304). Greenwich, CT: IAP.

Robbins, S. P. i Judge, T. A. (2009). *Organizacijsko ponašanje*. Zagreb: MATE d.o.o.

Robie, C., Brown, D. J. i Beaty, J. C. (2007). Do people fake on personality inventories? A verbal protocol analysis. *Journal of Business and Psychology*, 21(4), 489-509.

Rothstein, M. G. i Goffin, R. D. (2006). The use of personality measures in personnel selection: What does current research support? *Human Resource Management Review*, 16(2), 155-180.

Schmidt, F. L. i Hunter, J. E. (1998). The Validity and Utility of Selection Methods in Personnel Psychology: Practical and Theoretical Implications of 85 Years of Research Findings. *Psychological Bulletin*, 124, 262-74.

Snell, A. F., Sydell, E. J. i Lueke, S. B. (1999). Towards a theory of applicant faking: Integrating studies of deception. *Human Resource Management Review*, 9(2), 219-242.

Šverko, B. (2003). Novije spoznaje o valjanosti selekcijskih metoda: od doktrine o situacijskoj specifičnosti do postavke o generalizaciji valjanosti. *Suvremena psihologija*, 6(2), 293-313.

Šverko, B. (2012). *Ljudski potencijali: Usmjeravanje, odabir i osposobljavanje*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Villanova, P., i Bernardin, H. J. (1991). Performance appraisal: The means, motive, and opportunity to manage impressions. U Giacalone, R. A. i Rosenfeld, P. (ur.), *Applied*

impression management: How image-making affects managerial decision, (str. 81-96). Beverly Hills, CA: Sage.

Viswesvaran, C. i Ones, D. S. (1999). Meta-analyses of fakability estimates: Implications for personality measurement. *Educational and Psychological Measurement*, 59(2), 197-210.

Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. Oxford, England: Wiley.

8. Sažetak

Autorica: Mirta Mornar

Naslov rada: Odrednice lažiranja odgovora u selekcijskoj situaciji - kvalitativna analiza odgovora mladih visokoobrazovanih kandidata

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati kontekstualne i individualne čimbenike potencijalno prediktivne za motivaciju za lažiranjem odgovora na upitnicima ličnosti u selekcijskoj situaciji. Kako bismo stekli uvid u to kako kandidati pristupaju odgovaranju na upitnike ličnosti u selekcijskim situacijama, za prikupljanje i obradu podataka primijenjena je kvalitativna istraživačka metodologija, konkretno metoda dubinskog intervjua. U istraživanju je sudjelovalo osmero visoko obrazovani mladih sa iskustvom u odgovaranju na upitnike ličnosti u selekcijskim situacijama. Lažiranje odgovora među kandidatima se smatra prihvaćenim ponašanjem koje je korisno u selekcijskoj situaciji kao varijanta samo-prezentacije. Kao najznačajnija situacijska odrednica lažiranja odgovora istaknula se potreba za poslom koja motivira kandidate da uljepšaju svoje odgovore. Osim toga, upozorenje da je lažiranje odgovora moguće otkriti i da će ga uslijediti negativne posljedice te produljenje upitnika ličnosti učinkovite su strategije prevencije lažiranja. Što se individualnih odrednica tiče, ključnom se pokazala percipirana diskrepanca između vlastitog i idealnog profila, koju kandidati potom nastoje smanjiti iskrivljavanjem odgovora, te naivnost koja negativno utječe na motivaciju za lažiranjem, ali i na sposobnost lažiranja. S druge strane, sposobnost lažiranja poboljšavaju intelektualne sposobnosti i znanje o poželjnom profilu. Doprinos istraživanja leži u izravnom uvidu u stavove i uvjerenja samih kandidata o odrednicama motivacije za lažiranjem koji proizlazi iz odabira kvalitativne metodologije. Osim na teorijskom planu, ovo istraživanje ima implikacije i na selekcijsku praksu kroz preporuke za smanjenje lažiranja odgovora.

Ključne riječi: lažiranje odgovora, odrednice lažiranja odgovora, selekcija, upitnici ličnosti

9. Summary

Author: Mirta Mornar

Title: Determinants of faking on personality questionnaires in selection situations – A qualitative analysis of the responses of young highly educated candidates

The aim of this study was to examine the contextual and individual factors potentially predictive of motivation for faking on personality questionnaires in personnel selection situations. In order to gain insight into how candidates approach responding to personality questionnaires in selection situations, qualitative research methodology was used, specifically the interview method. The study involved eight highly educated young people with experience in responding to personality questionnaires in selection situations. Faking is considered socially accepted behaviour among the candidates, which can be useful in the selection situation as a manner of self-presentation. As the most important situational determinant respondents stressed the need for a job, which motivates candidates to fake their answers. In addition, a warning that faking can be detected and that negative consequences will follow, along with extending the questionnaire, might be effective prevention strategies. As for the individual determinants, perceived discrepancy between their own and the ideal profile proved a key motivational determinant, which candidates seek to reduce by faking their responses. On the other hand, intellectual ability and knowledge about the most wanted profile improve the ability to fake successfully. The contribution of this study lies in the direct examination of the attitudes and beliefs of the candidates themselves about the determinants of motivation for faking, arising from selecting qualitative research methodology. This study also has implications for selection practice through recommendations for reducing faking behaviour.

Key words: faking, faking determinants, personnel selection, personality questionnaires

10. Prilog

10.1. Vodič za provedbu intervjua

Prije nego počnemo, voljela bih napomenuti da je sudjelovanje u ovom istraživanju potpuno dobrovoljno i da, ako to želite, u svakom trenutku možete odustati. Podaci koje ću skupiti ovim istraživanjem koristit ću za izradu znanstvenog rada. Vaši odgovori biti će poznati samo meni i Vaše se ime neće nigdje spominjati, tj. Vaši odgovori biti će anonimni. Ako nemate ništa protiv, ovaj razgovor bih snimala da ne moram voditi bilješke za vrijeme intervjua.

Danas ću Vas pitati o Vašem iskustvu i mišljenjima vezanim uz odgovaranje na upitnike ličnosti u selekcijskim situacijama. Pod pojmom „upitnici ličnosti“ mislim na upitnike koji sadrže pitanja o stavovima, osjećajima i tipičnim načinima reagiranja na koja odgovarate s „da” i „ne”, ili nekim odgovorom na više-stupanjskoj ljestvici. Uzmimo na primjer tvrdnju „Dovršim sve što započnem“, za koju trebati izraziti svoje slaganje na pet-stupanjskoj skali od 1 (uopće se ne odnosi na mene) do 5 (u potpunosti se odnosi na mene).

ISKUSTVO S UPITNICIMA LIČNOSTI

Imate li iskustva s ispunjavanjem takvih upitnika? U kojim ste ih situacijama rješavali? Otprilike koliko puta? Koje je Vaše mišljenje o takvim upitnicima i pitanjima koje sadrže? Koji je cilj primjene takvih upitnika? Što oni mjere?

PROCES ODGOVARANJA I ULJEPŠAVANJE

Kako pristupate ispunjavanju takvih upitnika? Što se događa u Vašoj glavi kad pročitate tvrdnju, npr. „Dovršim sve što započnem“? O čemu sve ovisi kako ćete na tu tvrdnju odgovoriti?

Da rješavate upitnik anonimno i da ste sigurni da nitko osim Vas ne može vidjeti rezultate, biste li drugačije odgovarali? O čemu ovisi hoćete li na nekoj tvrdnji uljepšati odgovor ili ne? Što uopće za Vas znači uljepšati odgovore? Koje svoje osobine biste uljepšali? Koje osobine poslodavci smatraju bitnima? Postoje li univerzalno „točni“ odgovori ili oni ovise o radnom mjestu?

PERCEPCIJA SITUACIJE

U kojim sve situacijama/okolnostima biste uljepšali svoje odgovore na upitniku ličnosti? U kojim situacijama/okolnostima ne biste? Kako biste se ponašali u situaciji kad posao jako trebate ili jako želite? Koliko bi Vaše uljepšavanja odgovora ovisilo o tome kakva je situacija na tržištu rada? A o tome koliko uljepšavaju drugi kandidati? A koliko o pravednosti selekcijskog postupka od strane firme? Koji aspekti nepravednosti bi Vas potaknuli da uljepšavate odgovore? Kako na Vaše uljepšavanje odgovora utječe Vaše raspoloženje i zdravstveno stanje? U kojem smjeru? Što mislite, u kakvoj su vezi količina pitanja u upitniku i uljepšavanje odgovora?

SELEKCIJSKI OMJER

Je li vjerojatnije da ćete uljepšati pokoji odgovor ako Vam je šansa da dobijete posao 20% ili 80%? A 50%? Obrazložite svoj odgovor. Biste li prije uljepšali odgovore kad Vam je posao „nadohvat ruke“ ili onda „kad nemate što izgubiti“? Biste li prije uljepšali odgovore u selekcijskom postupku u kojem se od 10 kandidata bira 1, ili u postupku kad se od 100 kandidata bira 10? Što mislite, kakav je odnos između tog (selekcijskog) omjera i stupnja uljepšavanja odgovora?

BROJ OTVORENIH RADNIH MJESTA

Je li vjerojatnije da ćete uljepšati pokoji odgovor ako se prima samo jedan kandidat, ako se prima nekoliko kandidata (2-3) ili ako se prima puno kandidata (10 i više)? U kojoj biste situaciji najvjerojatnije uljepšavali svoje odgovore? Obrazložite svoj odgovor. Bi li Vam pritom bilo bitno koliko se kandidata prijavilo? Što mislite, kakav je odnos između broja otvorenih radnih mjesta i stupnja uljepšavanja odgovora? Određuje li više uljepšavanje odgovora broj otvorenih radnih mjesta ili omjer primljenih i prijavljenih kandidata?

UPOZORENJE

Kako bi na Vašu motivaciju da uljepšavate odgovore djelovalo upozorenje da se uljepšavanje može detektirati? Što mislite, može li se i kako detektirati? Kako bi na Vašu motivaciju za uljepšavanjem djelovalo upozorenje da će uljepšavanje, ako se otkrije, slijediti negativne

posljedice? Koje bi za Vas bile negativne posljedice koje bi Vas odvratile od uljepšavanja odgovora u selekcijskoj situaciji?

DOŽIVLJENA SPOSOBNOST ULJEPŠAVANJA

Što mislite, je li uopće moguće uspješno uljepšati svoje odgovore na upitniku ličnosti? Kad biste to željeli, mislite li da biste uspješno uljepšali svoje odgovore? Što Vas razlikuje od ljudi koji su u tome uspješniji od Vas? A što od onih koji su manje uspješni?

VLASTITI STUPANJ ULJEPŠAVANJA ODGOVORA

U odnosu na druge ljude, biste li za sebe rekli da ste skloniji ili manje skloni uljepšavanju odgovora? Ako (na skali od 1 do 10) 1 znači da nikad ne uljepšavate odgovore a 10 da uvijek uljepšavate odgovore, kako biste sebe procijenili?

OSOBIJSKE ODREDNICE (LIČNOST)

Što Vas razlikuje od onih koji uljepšavaju svoje odgovore više od Vas? A što od onih koji uljepšavaju svoje odgovore manje od Vas? Kakvi su ti ljudi kao osobe?

MORALNI SKLOP

Kakav je moralni sklop osoba koje uljepšavaju odgovore, a kakav onih koje ne uljepšavaju? Što mislite, u kakvoj su vezi uljepšavanje odgovora i moral? Je li uljepšavanje odgovora povezano s (ne)religioznošću?

SUBJEKTIVNE NORME I STAV

Koliki postotak ljudi, prema Vašoj procjeni, uljepšava svoje odgovore na upitniku ličnosti? Na kraju, koji je Vaš općeniti stav o uljepšavanju odgovora na upitniku ličnosti? Je li to poželjno ili nepoželjno ponašanje? Korisno ili nekorisno?

Ako mislite da postoje još neki bitni činitelji koji pospješuju/obeshrabruju uljepšavanje odgovora, slobodno ih sada dodajte.

ISPITANIK: _____

DATUM: _____

SPOL: M Ž

DOB: _____

OBRAZOVANJE: _____

TRENTAČNI RADNI STATUS: _____

KOLIKO PUTA JE RJEŠAVAO UPITNIK LIČNOSTI U SELEKCIJSKOJ PRAKSI?

KOLIKO VREMENA JE PROŠLO OD ZADNJEG TESTIRANJA? _____

NAPOMENA: _____