

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

網路測驗情境中觸發類型與測驗目的對作假意圖與人格測驗分數的影響

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC94-2413-H-004-015-

執行期間：94年08月01日至95年07月31日

執行單位：國立政治大學心理學系

計畫主持人：陳彰儀

共同主持人：胡昌亞

計畫參與人員：鄭筑家、鹿少華、高慧鈴

報告類型：精簡報告

處理方式：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，2年後可公開查詢

中 華 民 國 95 年 10 月 26 日

影響網路人格測驗作假意圖與測驗得分因素之研究

摘要

本研究欲了解於招募過程中，不同目的使用網路測驗及不同測驗觸發類型，對受試者作假意圖的影響。本研究以網路線上測驗的方式收集資料，共收集 777 份有效測驗結果。請受試者在應徵工作或自我了解的情境下，上網依次填答個人生活事、人格測驗、自尊量表、及社會期許量表。本研究以操弄個人生活事件之類型與數目操弄促發情境（4 個正向事件、8 個正向事件、4 個負向事件、8 個負向事件及無觸發），並隨機將受試者分配到五種促發情境中。研究結果發現，測驗目的的確對於作假意圖有顯著影響，應徵工作之受試者較自我了解之受試者有更高的作假意圖，而觸發的有無同樣對作假意圖有顯著影響；在應徵工作的目的下，沒有填寫生活事件的受試者比填寫生活事件的受試者有更高的作假意圖。整體而言，若公司希望透過網站線上測驗的方式甄選員工，只要在給予正式測驗前，先請受試者填寫過去生活事件，便能降低應徵者作假意圖，獲得更有效且較真實的測驗結果。

關鍵詞：作假意圖、自我欺瞞、印象整飾、認知觸發

Abstract

This study aims to examine in the context online tests, whether the different test purposes and priming affect test takers' faking. Results based on 777 respondents indicated that respondent in the selection condition had a higher level of faking than those in the self-understanding condition. Different types of priming did not result in different level of faking. However, in the context of selection, participants in the priming conditions had a lower level of faking than those in the no priming condition. Our findings provide practical suggestion for the prevention of faking on online test by identifying priming as a potential mechanism to reduce faking in the context of selection.

Keywords: faking, self-deception, impression management, cognitive priming

一、文獻探討與假設

人格測驗為員工甄選經常使用的一種衡鑑工具 (Gatewood & Feild, 2001)，許多文獻也肯定人格測驗對於有效甄選決策的重要 (Barrick & Ryan, 2003; Gatewood & Feild, 2001; James & Mazerolle, 2002; Murphy, 1996;

Roberts & Hogan, 2001)。然而，由於人格測驗為自陳式量表，答案並無所謂的“對”與“錯”，因此受測者很可能為了某些目的或原因，扭曲他們的答案，呈現不實的回答，也就是所謂“作假 (faking)”現象 (Douglas, 1996, August; McFarland & Ryan, 2000)。國內外有關

測驗作假的文獻皆指出，測驗作假不只是一種普遍的現象，並且有可能影響測驗得分，在甄選的情境中，更有可能影響甄選決策的正確性 (Hogan, Hogan, & Roberts, 1996; Hough & Oswald, 2000; Rosse, Stecher, Miller, & Levin, 1998; Snell, Sydell, & Lueke, 1999)。有鑑於此，人力資源管理實務者工業與組織心理學者一直期望能在事前防止或降低受測者作假的行為，抑或在事後排除作假對於測驗得分的影響 (Douglas, 1996; McFarland & Ryan, 2000; Snell et al., 1999)。

然而過去有關受測者扭曲其反應的研究指出，受測者也可能是無意識的，不自覺地扭曲其作答反應 (Becker & Colquitt, 1992; Paulhus, 1984, 1991, 2002; Paulhus & Levitt, 1987; Paulhus & Reid, 1991)。Paulhus (1984; 2002) 認為，以上的扭曲作答方式共可分成兩類：「自我欺瞞」(self-deception) 與「印象整飾」(impression management)。「自我欺瞞」是潛意識把自己看得比較好的意圖，這種意圖是人格的一部份，並非刻意表現的，因此受測者不會因不同的情境而改變。而「印象整飾」是一種意識中的作為，受測者會呈現不實的資訊來營造個人良好的形象，有人稱為刻意扭曲 (intentional distortion)，它的出現與否會因情境不同而有所改變。有鑑於此，本研究假設，在不同的測驗情境目的下，個人於兩類作假意圖上，會有不同的表現。

此外，陳彰儀等人 (2004) 的研究著重於不同情境因素 (時間限制與警告) 對於降低受測者作假意圖 (印象整飾) 意圖的影響。本研究則延續該研究，將作假意圖的研究內涵從有意

識地作假 (印象整飾) 擴充為無意識地 (自我欺瞞) 與有意識地 (印象整飾) 兩種作假；並且，以認知觸發 (cognitive priming) 作為情境因素，來探討不同觸發類型對於此兩類作假意圖的影響。

過去有關記憶與態度的研究中發現，個人對能否很容易回憶起相關事件的感受會影響到其對自我的態度 (Sanna, Schwarz, & Small, 2002; Sanna, Schwarz, & Stocker, 2002; Winkielman & Schwarz, 2001; Winkielman, Schwarz, Fazendeiro, & Reber, 2003)。例如 Schwarz 等人 (1991) 發現，隨機分派受試者到簡單 (回憶 6 個事件)、困難 (回憶 12 個事件) 兩種情境時，當要求受試者回憶「自我肯定 (assertive)」或是「自我不肯定 (assertive)」兩類事件時，回憶難度與事件類型的交互作用對於受試者自評的自我肯定程度有交互作用。也就是在簡單回憶作業組的情境下，回憶「自我肯定事件」的受試者對於其自我肯定的自評比較高；而在困難回憶作業組的情境下，回憶「自我不肯定事件」的受試者的對於其自我肯定的自評比較高。此外，若是檢視回憶事件難易度的簡單主要效果，則發現回憶「自我肯定事件」的受試者中，簡單回憶作業組的自評高於困難組者；但是在回憶「自我不肯定事件」的受試者中則呈現相反的結果。也就是說，雖然在困難組的受試者可以寫出比較多的事件，因為他們之前認為回憶 12 件事件並不是一件難事，因此當受試者發現他們竟然連具體寫出 12 個事件都覺得困難時，自然就會覺得自己較少體驗此類事件，進而調整他們對於與該事件相

關態度的評判。也就是說，當個人內隱的主觀判斷出乎意料地沒有受到他們的回憶支持時，個人在之後所下的主觀判斷，若是跟前述事件有關時，他們的判斷就會受到影響而有所調整 (Schwarz, 1998; Schwarz, Bless, Strack, Rittenauer-Schatka, & Simons, 1991; Winkielman & Schwarz, 2001; Wong & Weiner, 1981)。根據觸發的定義，前述的回憶作業事實上就是一種觸發的歷程，這是因為此種操弄的過程，使受試者出乎意料地發現自己竟然無法順利完成一項看似簡單的回憶作業，而這種出乎意料的感受，因而促使受試者形成一個與觸發內容有關的特定的知識體系，或是形成某一種與觸發內容有關印象，進而影響受試者之後與此向度有關的判斷 (Sanna et al., 2002; Schwarz et al., 1991; Schwarz & Strack, 1999; Wong & Weiner, 1981)。此種要求受試者提出具體事實的過程，也與員工甄選歷程中所使用的過程相近 (Cascio, 1998; Gatewood & Feild, 2001)。例如，某些公司使用結構性面談前，會請應徵者先具體寫下過去相關的經驗，在面談時再根據應徵者所列出的事件做進一步的深入探討。可見得在甄選的情境下，請應徵者填寫一些與自己有關的實際事件，對於一般的應徵者而言應該不會覺得突兀。由於作假與自我的概念有關 (Paulhus & Reid, 1991)。因此，本研究假設，在受測者填寫人格測驗前給予不同的與自我概念有關的觸發處理，應該可以影響受測者的作假意圖。

從以上的文獻可以得知，個人許多的社會認知與社會行為都有可能受到觸發效果的影響。由於受測者填答

人格測驗時，往往依照個人填答時的主觀感受來作答，因此當受測者被觸發的知識結構與自我概念有關時，應該會無意識地影響受試者填寫人格測驗的參照準則 (frame of reference)，進而修正其反應。由於「自我欺瞞」與「印象整飾」屬於兩種不同的作假歷程，因此觸發類型對於影響兩類作假反應的效果之機制，也可能有所不同。由於「自我欺瞞」的過程往往是受測者無意識的行為歷程，與前述文獻中的情境相似，前述的認知觸發應該也可以透過相同的機制，影響受測者「自我欺瞞」的作假現象。因此，本研究進一步假設「回憶個人負向簡單事件的作業」與「回憶個人正向困難事件的作業」的觸發類型，應該可以降低受測者在「自我欺瞞」類型的作假意圖。反之，「回憶個人正向簡單事件的作業」與「回憶個人負向困難事件的作業」的觸發類型，則可能提高受測者在「自我欺瞞」的作假意圖。

然而，「印象整飾」是一種受測者故意扭曲其反應的行為。因此，受測者在某種目的之下，進行觸發作業時，可能會專注於觸發作業中某些特定的部分，或是會刻意地修正認知決策歷程，而影響觸發的效果。例如過去認知觸發的實驗中就發現到，當研究者提醒受測者要依照某些特定的準則在進行決策時，受試者會轉移其注意力到觸發作業的部分內涵，進而改變觸發效果 (Thompson, Roman, Moskowitz, Chaiken, & Bargh, 1994)。同樣的，當受測者有意作假扭曲其反應時，受測者可能只會注意到其作答反應是否前後一致，以避免被識破。因此，回憶作業是否是「簡單」或是

「困難」已經不重要，重要的是受測者所列出的事件是「正向」還是「負向」，且受測者可以列出多少事件來「佐證」他們的答題反應。有鑑於此，本研究假設「回憶個人正向事件的作業」將有助於提升受測者在「印象整飾」的作假意圖，而「回憶個人負向事件的作業」將會降低受測者在「印象整飾」的作假意圖。

此外，過去許多研究顯示某些人格特質作假意圖有關，例如自尊以及五大人格特質中的認真負責 (conscientiousness) 與神經質 (neuroticism) 都與測驗測謊題得分或是社會期許量表的得分有正向關 (Costa & McCrae, 1989; McFarland & Ryan, 2000; Ones, Viswesvaran, & Reiss, 1996; Paulhus, 1991)。由於上述的研究中並沒有區別「自我欺瞞」與「印象整飾」兩種作假的意圖，因此本研究也假設不同的作假意圖與五大人格特質的某些人格特質有關。

基於以上的文獻資料推導，本研究進一步提出以下研究假設：

假設1. 受試者的「自我欺瞞」與「印象整飾」兩種作假意圖，在不同測驗目的下，會有明顯的差異。受試者在「應徵工作」測驗目的下的作假意圖，會顯著高於受試者在「自我瞭解」測驗目的下的作假意圖。

假設2. 「回憶個人負向簡單事件的作業」與「回憶個人正向困難事件的作業」的觸發類型，會降低受測者在「自我欺瞞」的作假意圖。反之，「回

憶個人正向簡單事件的作業」與「回憶個人負向困難事件的作業」的觸發類型，會提高受測者在「自我欺瞞」的作假意圖。

假設3. 受試者的「自我欺瞞」與「印象整飾」兩種作假意圖，在四種不同的觸發作業類型與無觸發作業類型下，會有顯著的差異。

假設4. 「回憶個人正向事件的作業」會提高受測者在「印象整飾」的作假意圖。反之，「回憶個人負向事件的作業」會降低受測者在「印象整飾」的作假意圖。

假設5. 「自我欺瞞」與「印象整飾」兩種作假意圖，與五大人格特質均有顯著正相關。

二、研究方法

(一) 受試者與研究程序

由於本研究希望收集因不同測驗目的（應徵工作、自我瞭解）而進行線上測驗的受試者，因此本研究與 A 人力銀行合作，透過 A 人力銀行資訊科技部門替本研究撰寫的測驗網頁，收集應徵者與自我瞭解者的測驗資料。應徵者部分，本研究取得共 10 家公司的同意，應徵者在投遞履歷至此 10 家公司後，便可至 A 人力銀行網站進行線上測驗。自我瞭解部分，其測驗同樣位於 A 人力銀行網站。

兩種測驗目的下，各自有五種不同測驗情境，包含四種觸發類型（回憶正向簡單事件、正向困難事件、負向簡單事件、負向困難事件；經前測結果，困難定為 8 個事件，簡單定為 4

個)及控制組(不需填寫任何生活事件的回憶),系統自動隨機分派受試者至五種情境。受試者在登入測驗後,首先填寫基本資料,包含性別、年齡、工作年資等,之後便填寫第一部份測驗:生活事件填寫。第二階段測驗則含人格測驗、自尊測驗、以及社會期許量表,兩部分測驗各限時 15 分鐘。

本研究在應徵工作目的下,正向簡單事件情境共收集到 66 份問卷,正向困難事件情境共收集到 66 份問卷,負向簡單事件情境共收集到 65 份問卷,負向困難事件情境共收集到 75 份問卷,無觸發情境共收集到 103 份問卷,共回收 375 份測驗結果。在自我瞭解目的下,正向簡單事件情境共收集到 76 份問卷,正向困難事件情境共收集到 59 份問卷,負向簡單事件情境共收集到 81 份問卷,負向困難事件情境共收集到 59 份問卷,無觸發情境共收集到 127 份問卷,共回收 402 份測驗結果。

(二) 研究變項

依變項。本研究之依變項為受試者作假意圖,依變項的測量方式,採用社會期許量表,測量受試者的「自我欺瞞」與「印象整飾」兩種作假意圖,總題數為 40 題。

獨變項。本研究所操弄的獨變項有二:測驗目的與觸發類型。測驗目的有兩個水準:應徵工作與自我瞭解,觸發類型則有五個水準:請受試者回憶 4 個正向事件、4 個負向事件、8 個正向事件、8 個負向事件、以及不需回憶生活事件,直接進行第二部分測驗。

人口統計變項:本研究之人口統計變項包含:受試者的年齡、性別、

學歷、就業狀態、工作年資、以及應徵工作等(自我瞭解者的基本資料中便無「應徵工作」的調查)。本研究採用 Rosenberg (1965) 的自尊量表來測量受試者的自尊,此量表共有 10 題。另外,本研究採用 Saucier (1994) 的五大人格量表,測量受試者在認真負責、神經質、開放性、外向性、親和性的人格分數,總題數為 40 題,希望瞭解人格分數與作假意圖的相關程度。在操弄檢核方面,本研究也使用 1 個題項(您認為此測驗的難易度為:非常簡單、很簡單、有點簡單、有點困難、很困難、非常困難),請受試者對於回憶生活事件的難易度進行評估。

三、研究結果

本研究以單因子變異數分析與 T 檢定來檢驗各項研究假設。分析結果顯示,不同的測驗目的與「自我欺瞞」有顯著的差異 ($t_{(775)}=13.4, p < .05$),與「印象整飾」亦有顯著的差異 ($t_{(763)}=11.19, p < .05$);此外,在作假意圖中,應徵工作目的和自我瞭解目的有顯著的差異 ($t_{(766)}=14.44, p < .05$),再者,應徵工作目的之平均數為 158.17,自我了解目的之平均數為 137.20,由此可見作假意圖中應徵工作者顯著高於自我了解者,故假設一獲得支持。

在應徵情境「自我欺瞞」的作假意圖中,「回憶個人負向簡單事件」與「回憶個人正向困難事件」的平均數為 78.85,反之在「回憶個人負向困難事件」與「回憶個人正向簡單事件」的平均數為 78.96(較 78.85 為高),但進一步分析顯示,兩者平均數之間並

無顯著差異性 ($t_{(263)} = -0.10, p > .05$)，故本研究欲驗證之交互作用並未如預期般出現；假設二未獲得支持。

在應徵工作情境中，五種觸發類型對「自我欺瞞」有顯著差異 ($F_{(4,370)} = 5.59, p < .05$) 但對「印象整飾」並無顯著差異 ($F_{(4,370)} = 2.37, p > .05$)。再將觸發情形分為「有觸發組」(合併四種不同觸發類型)與「無觸發組」進行 T 檢定，結果發現，「是否給予應徵者觸發」對「自我欺瞞」與「印象整飾」達顯著差異 ($t_{(373)} = -3.58, p < .05; t_{(373)} = -3.07, p < .05$)。故假設三獲得支持。

在應徵情境下，「回憶個人正向事件」在「印象整飾」中的平均數為 77.18，而「回憶個人負向事件」在「印象整飾」中的平均數為 76.61 (較 77.18 略低)，但進一步分析顯示，兩者平均數之間亦無顯著差異性 ($t_{(268)} = .32, p > .05$)，故假設四亦未獲得支持。

如表一所示，五大人格的不同向度與「自我欺瞞」與「印象整飾」兩種作假意圖呈現正相關 (除了「印象整飾」與「外向性」人格間的關係未達顯著性之外)。而「認真負責」與「神經質」和兩種作假意圖均有正相關。整體而言，以「神經質」與兩種作假意圖之間的相關程度最高 ($r = .54, p < .05; r = .46, p < .05$)。故假設五獲得支持。

四、討論

本研究之目的在於探討應徵工作與自我瞭解此二不同測驗目的，在經過觸發類型的操弄之後，是否會影響受試者的作假意圖。

首先，在探討受測者於應徵工作

時所產生的作假意圖或行為之前，先行對目的的不同進行分析，檢驗應徵工作者和自我瞭解者之間是否在作假意圖上有顯著的差異。研究結果發現，受試者的確會因目的不同，作假程度也會有顯著的差異，換句話說，應徵工作者會比自我了解者更容易產生作假的意圖，原因可能為應徵工作者是為了想要符合社會與企業的期待，扭曲了和自己內心相反的答案，顯示作假意圖較高；而自我瞭解者由於沒有利益衝突，因此較容易回答能反映自己真實的答案，故較不容易作假。

探討五大觸發類型與作假意圖之間的關係，若將應徵情境中的受試者分為「有觸發」組和「無觸發」組，發現「有觸發」組的作假意圖顯著低於「無觸發」組，不論是自我欺瞞或印象整飾。顯示在應徵情境中，只要施予應徵者觸發，便能降低作假意圖。如本研究中讓應徵者在填寫測驗前先行填寫過去生活經驗，相對於直接請應徵者填寫測驗，填寫生活事件後再進行測驗，就能有效降低應徵者之作假意圖，獲得較真實的測驗分數。另外在在五大觸發類型與作假意圖的事後比較結果中發現，負向困難與負向簡單的觸發類型與無觸發組在「自我欺瞞」的作假意圖上分別達顯著差異，也就是說，「負向」事件的回憶會降低應徵者在「自我欺瞞」上的作假意圖。由此可知，在填寫生活事件類型上，相較於正向事件的回憶，負向事件回憶的觸發類型更能有效降低應徵者在自我欺瞞上的作假意圖。然而，此結果與本研究之預期結果並不符合；究竟在觸發這樣的作業中，

何種觸發方式觸發了怎樣的機制，導致應徵者在不同面向上的作假反應，則有待後續研究繼續深入探討。

在五大人格與作假意圖的相關研究中則顯示，「認真負責」和「神經質」與「自我欺瞞」、「印象整飾」呈現顯著正相關。即在「神經質」向度上得分越高的受試者，其作假意圖會越高，「嚴謹性」分數越高的受試者，其作假意圖越高。

五、計畫結果自評

本研究之學術價值有以下幾方面：第一、本研究拓展員工招募之研究，使用近年來越益常用的網路招募方式，探討應徵者在網路這樣的平台中進行測驗，是否同樣可使用社會期許量表來偵測其作假意圖；第二、本研究延伸先前作假之意涵，將作假分為「有意識」和「無意識」，並深入探討觸發效果，將觸發類型分為四類，希望了解觸發類型不同所可能造成的影響。結果發現，只要讓應徵者在進行甄選測驗之前，先行給予觸發：如本研究採用讓應徵者回憶生活事件的方式給予應徵者觸發；如此一來，不論讓應徵者回憶怎樣形式的生活事件，只要填寫生活事件，便能降低應徵者在填寫測驗時的作假情形；第三、本研究證實，測驗目的不同時，其作假意圖有顯著不同：測驗目的若為「應徵工作」而非「自我了解」，其作假意圖會顯著高於自我了解者。本研究之管理意涵如下：有鑑於網路科技的進步，企業與求職者皆已相當接受並廣泛使用網路招募此媒介。在網路招募的過程中，若公司方希望透過網路測驗的方式甄選應徵者，為了避

免應徵者可能出現的作假意圖，便可於測驗前讓應徵者先填寫過去的生活事件，如此便能觸發應徵者誠實的態度，降低作假意圖，獲得更為正確有效的測驗結果，也可有效降低紙本與成本的浪費。整體而言，本研究不但有助於企業招募與甄選研究之發展，也能對招募與甄選之實務提供更為具體的建議。

六、參考文獻

- 陳彰儀、李明霓、顏志龍 (2004)。網路應徵者填寫測驗的作假意圖：測驗類型與情境因素的影響。中華心理學刊，46(4)，349-359。
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1-26.
- Becker, T. E., & Colquitt, A. L. (1992). Potential versus actual faking of a biodata form: An analysis along several dimensions of item type. *Personnel Psychology*, 45(2), 389-406.
- Cascio, W. F. (1998). Applied psychology in human resource management (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1989). NEO PI/FFI manual supplement. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Douglas, E. F., McDaniel, M.A. & Snell, A.F. (1996, August). The validity of non-cognitive measures

- decays when applicants fake.
Paper presented at the the annual conference of the Academy of Management, Cincinnati, OH.
- Gatewood, R. D., & Feild, H. S. (2001). Human resource selection (5th ed.). *Fort Worth: Dryden Press.*
- Hogan, R., Hogan, J., & Roberts, B. W. (1996). Personality measurement and employment decisions: *Questions and answers. American Psychologist, 51(5), 469-477.*
- Hough, L. M., & Oswald, F. (2000). Personnel selection: Looking toward the future--remembering the past. *Annual Review of Psychology, 51, 631-664.*
- James, L. R., & Mazerolle, M. D. (2002). Personality in work organizations. *Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.*
- McFarland, L. A., & Ryan, A. M. (2000). Variance in faking across noncognitive measures. *Journal of Applied Psychology, 85(5), 812-821.*
- Murphy, K. R. (1996). Individual differences and behavior in organizations (1st ed.). *San Francisco: Jossey-Bass Publishers.*
- 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 & Social Psychology, 46(3), 598-609.*
- Paulhus, D. L. (1991). Measurement and control of response bias. In J. P. Robinson, P. R. Shaver & et al. (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (pp. 17-59). *San Diego, CA: Academic Press, Inc.*
- Paulhus, D. L. (2002). Socially desirable responding: The evolution of a construct. In H. I. Braun, D. N. Jackson & et al. (Eds.), *Role of constructs in psychological and educational measurement* (pp. 49-69). *Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.*
- Paulhus, D. L., & Levitt, K. (1987). Desirable responding triggered by affect: Automatic egotism? *Journal of Personality & Social Psychology, 52(2), 245-259.*
- Paulhus, D. L., & Reid, D. B. (1991). Enhancement and denial in socially desirable responding. *Journal of Personality & Social Psychology, 60(2), 307-317.*
- Roberts, B., & Hogan, R. (2001). Personality psychology in the workplace (1st ed.). *Washington, DC: American Psychological Association.*
- Rosse, J. G., Stecher, M. D., Miller, J. L., & Levin, R. A. (1998). The

- impact of response distortion on preemployment personality testing and hiring decisions. *Journal of Applied Psychology*, 83(4), 634-644.
- Sanna, L. J., Schwarz, N., & Small, E. M. (2002). Accessibility experiences and the hindsight bias: I knew it all along versus it could never have happened. *Memory & Cognition*, 30(8), 1288-1296.
- Sanna, L. J., Schwarz, N., & Stocker, S. L. (2002). When debiasing backfires: Accessible content and accessibility experiences in debiasing hindsight. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, & Cognition*, 28(3), 497-502.
- Schwarz, N. (1998). Accessible content and accessibility experiences: The interplay of declarative and experiential information in judgment. *Personality & Social Psychology Review*, 2(2), 87-99.
- Schwarz, N., Bless, H., Strack, F., Rittenauer-Schatka, H., & Simons, A. (1991). Ease of Retrieval as Information: Another Look at the Availability Heuristic. *Journal of Personality And Social Psychology*, 61(2).
- Schwarz, N., & Strack, F. (1999). Reports of subjective well-being: Judgmental processes and their methodological implications. In D. Kahneman, E. Diener & et al. (Eds.), *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 61-84). New York, NY: *Russell Sage Foundation*.
- Snell, A. F., Sydell, E. J., & Lueke, S. B. (1999). Towards a theory of applicant faking: Integrating studies of perception. *Human Resource Management Review*, 9(2), 219-242.
- Winkielman, P., & Schwarz, N. (2001). How pleasant was your childhood? Beliefs about memory shape inferences from experienced difficulty of recall. *Psychological Science*, 12(2), 176-179.
- Winkielman, P., Schwarz, N., Fazendeiro, T. A., & Reber, R. (2003). The hedonic marking of processing fluency: Implications for evaluative judgment. In J. Musch & K. C. Klauer (Eds.), *Psychology of evaluation: Affective processes in cognition and emotion* (pp. 189-217). Mahwah, NJ: *Lawrence Erlbaum Associates, Publishers*.
- Wong, P. T., & Weiner, B. (1981). When people ask "why" questions, and the heuristics of attributional search. *Journal of Personality & Social Psychology*, 40(4), 650-663.

表一、應徵情境中，研究變項間之相關係數

| | 社會期許 | 自我欺瞞 | 印象整飾 | 開放性 | 嚴謹性 | 外向性 | 親和性 | 情緒穩定 |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| 社會期許 | 0.84 | | | | | | | |
| 自我欺瞞 | 0.77** | 0.66 | | | | | | |
| 印象整飾 | 0.92** | 0.45** | 0.84 | | | | | |
| 開放性 | 0.16** | 0.32** | 0.02 | 0.86 | | | | |
| 嚴謹性 | 0.50** | 0.51** | 0.39** | 0.46** | 0.84 | | | |
| 外向性 | 0.27** | 0.40** | 0.12* | 0.42** | 0.43** | 0.59 | | |
| 親和性 | 0.43** | 0.40** | 0.35** | 0.37** | 0.66** | 0.49** | 0.82 | |
| 情緒穩定 | 0.57** | 0.54** | 0.46** | 0.31** | 0.59** | 0.49** | 0.60** | 0.80 |

有效 N=375, **p<0.01, *p<0.05

對角線內之數值為各分量表之 Cronbach's α 值

** 在顯著水準為 0.01 時 (雙尾), 相關顯著

* 在顯著水準為 0.05 時 (雙尾), 相關顯著

表二、自我瞭解情境中，研究變項間之相關係數

| | 社會期許 | 自我欺瞞 | 印象整飾 | 開放性 | 嚴謹性 | 外向性 | 親和性 | 情緒穩定 |
|------|----------|----------|----------|--------|--------|--------|--------|------|
| 社會期許 | 0.84 | | | | | | | |
| 自我欺瞞 | 0.77** | 0.66 | | | | | | |
| 印象整飾 | 0.86** | 0.35** | 0.84 | | | | | |
| 開放性 | 0.02 | 0.16** | - 0.09 | 0.86 | | | | |
| 嚴謹性 | - 0.17** | - 0.05 | - 0.20** | 0.17** | 0.84 | | | |
| 外向性 | 0.01 | - 0.00 | 0.02 | 0.31** | 0.23** | 0.59 | | |
| 親和性 | - 0.19** | - 0.12* | - 0.18** | 0.29** | 0.35** | 0.33** | 0.82 | |
| 情緒穩定 | 0.47** | - 0.46** | - 0.32** | 0.24** | 0.27** | 0.23** | 0.36** | 0.80 |

有效 N=402, **p<0.01, *p<0.05

對角線內之數值為各分量表之 Cronbach's α 值

** 在顯著水準為 0.01 時 (雙尾), 相關顯著

* 在顯著水準為 0.05 時 (雙尾), 相關顯著