

面试考官评分中晕轮效应的眼动研究

张小艳

(湖南大学工商管理学院, 湖南省、长沙市, 410082)

摘要: 面试是选拔人才的重要手段之一, 但是在面试过程中, 不可避免地会出现很多评价偏差, 晕轮效应就是其中的一个重要而不容忽视的评价偏见。以偏概全的评价影响了考官对应试者评价的准确性和可信度, 容易造成决策失误, 给组织的人员招聘和选拔工作带来很大的危害。本研究通过眼动仪实验, 进行考官面试的情景模拟, 分析晕轮效应对考官记忆和注视时间的影响。实证结果表明: (1) 晕轮效应大小对考官的记忆没有显著的关系; (2) 晕轮效应对考官的注视次数有显著的正向影响。

关键词: 面试; 考官评分; 晕轮效应; 注视次数

中图分类号: C93

文献标识码: A

1、引言

随着经济全球化的不断深入和知识经济时代的到来, 社会主义市场经济体制不断发展和健全, 高新技术迅速发展, 市场竞争日益激烈。在这样的大背景下, 企业仅仅依靠物质资源, 已经难以在市场中持续地占据有利地位, 使企业面临着巨大的竞争压力。越来越多的管理者们意识到, 在新时代, 人才是企业拥有核心竞争力的源泉, 人力资源已经成为推动企业乃至社会发展的第一资源。而科学的人力资源管理能够充分发挥人的主观能动性, 使人尽其才, 事得其人, 人事相宜, 从而实现组织目标。人员的招聘与选拔是整个人力资源管理中的基础, 直接影响着组织人力资源的质量。只有选拔到合适的人才, 并将之放置于合适的岗位上, 才能更好地促进组织的良好和持续发展。因此, 企业能否招聘并选拔到合适的员工使企业的人力资源富有竞争力, 已经成为企业在竞争中的一个关键因素。在愈加激烈的市场竞争中, 很多企业意识到了人力资源管理的重要性, 不断加大各方面的投入来提高人员招聘和选拔的科学性、有效性。

目前但是, 国内很多企业的人力资源管理还存在着许多不规范的现象, 。在招聘模块中, 主要表现为缺乏科学完整的流程和专业的招聘人员, 大多数企业的人力资源管理还停留在传统的人事管理的状态上, 缺乏战略性的人力资源规划。招聘是人力资源管理中的基础性工作, 而据相关统计, 面试占据着整个招聘工作 70% 的决定性。面试指的是经过组织者精心设计, 在特定场景下, 以考官对考生的面对面交谈与观察为主要手段, 由表及里测评考生的知识、能力、经验等相关素质的一种考试活动, 是企业选拔人才的一个重要手段。目前, 许多企业都在试图寻找更加科学、合理和有效的面试方法。在愈加激烈的市场竞争中, 很多企业意识到了人力资源管理的重要性, 不断加大各方面的投入来提高人员招聘和选拔的科学性、有效性。但在这个过程中, 由于受到考官的知识、经验和主观认识等很多方面的影响, 还是会不可避免地出现很多评价偏差, 由美国著名心理学家 Thorndike 提出的“晕轮效应”就是

其中一个重要的评价误差。以偏概全的评价影响了考官对应试者评价的准确性和可信度,使考官无法客观、准确地进行评分判断,容易造成决策失误,给组织的人员招聘和选拔工作带来很大的危害。

因此,研究面试过程中考官在评分时产生的晕轮效应,加强企业人力资源管理工作的科学性和有效性,对于企业人才的选拔和长期的发展有着十分重要的意义。

目前,国外对晕轮效应的理论、方法和测量方式的研究较多,但在测量研究中没有利用结合眼动数据对晕轮效应进行研究的。而国内对晕轮效应的研究多为描述性研究,实证研究较少,实证研究中也主要是对晕轮效应的影响因素研究。本研究结合眼动数据,用更加客观准确的数据对晕轮效应进行研究,为面试中考官出现晕轮效应提供相应的建议,帮助企业提高面试有效性。

2、文献回顾

(一) 晕轮效应的定义

晕轮效应属于心理学范畴,指的是一种强烈的品质或特点,像月亮的光晕一样向四周扩散,从而掩盖了其他品质和特点的现象,通俗地说就是以偏概全。“晕轮效应”的概念最早是由美国著名心理学家 Thorndike 在 20 世纪 20 年代提出,被认为是评价中的一种偏见形式。

许多学者对晕轮效应进行了研究,并从不同角度给出了定义。Borman 认为晕轮效应是评价者关注各测量变量的整体印象,而不是仔细区分各测量变量在不同属性上的具体特征而出现的一种评价偏差^[1]。Bernardin 认为晕轮效应是不同维度的被评价变量被放在相同水平的一种趋势^[2]。Decotiis 认为晕轮效应是由于评价者没有能力或者不愿在被评价对象的不同属性间做出区分,而产生的不同属性间评价模糊现象^[3]。Murphy 和 Reynolds 认为晕轮效应是超过属性间真实相关性外的多余相关关系^[4]。随着学术界对晕轮效应的研究不断深入,这一现象的成因也被更多的学者们探究。其中,Fiscaro 和 Lance (1990) 在总结前面学者研究的基础上,将晕轮效应总结为三种概念模型,也得到了较为普遍的认可。

第一种是总体印象模型。总体印象模型指的是,评价者对被评价者产生的总体印象,导致评价者在评价具体的维度时出现偏差。这种总体印象会使评价者对其他独立维度的评价与总体印象趋于一致,即使有足够的信息去评价独立维度时,也会发生这种情况。很多学者的研究支持了这一观点。Thorndike (1920) 把晕轮效应定义为一种强烈的趋势,评价者“总体上认为一个人比较好或者不好,就会根据这种总体印象去评价其他独立的特质”。Nisbett 和 Wilson (1977) 认为总体评价会影响独立维度的评价^[5]。King, hunter, & Schmidt (1980) 认为晕轮效应是在绩效评价的若干个准独立维度上,评价者对被评价者的总体印象对被评价者绩效评价的独立维度的影响趋势^[6]。Wirtz (2003) 也提出,如果消费者偏好某个品牌,就会对这个品牌的所有属性有较高的评价,即使有些属性事实上只是处在一般水平^[7]。可见,一个维度或者多维度的结合形成的总体印象,会影响了观测分数但不是真实评分(即属性之

间的真实关系)。根据这个模型,总体印象影响其他独立维度的判断。

第二种是显著维度模型。显著维度模型指的是,评价者因为受到被评价者评价维度中某个显著维度的影响,而对被评价者其他维度的评价产生偏差。Blum&Naylor(1968)描述晕轮效应为“评价者对被评价者行为的一个或者多个显著维度的评价对其他维度的影响”^[8]。Fisicaro 和 Lance 提出的显著维度晕轮效应指的是重要性较高的维度对重要性较低的维度所产生的偏差影响^[9]。

第三种是维度区分不足模型。维度区分不足模型指的是,由于维度间相关的不明确,概念区别不够明显,导致评价者对各个独立维度的评价相互之间产生影响。Newcomb(1931)认为晕轮效应是评价者关于评分维度间相关的不明确的假定^[10]。Balzer 和 Sulsky(1992)提出,评价者更倾向于使用推断出的维度之间的关系作为评价基础,而不是对单个维度的实际观察^[11]。根据这种观点,评分维度概念上的相似性越高,晕轮效应就越大。

对于晕轮效应的概念,国内外学者已经做了比较多的研究,并且定义比较全面。总体印象、显著维度和维度区分不足这三个模型基本涵盖了晕轮效应的来源,得到较多的认可。

(二) 晕轮效应的测量

在晕轮效应的概念被提出之后,学者们采用了许多不同的指标和方法对其进行测量。主要有以下几种:

第一,评价者在对单个评价对象进行评分时,跨维度会产生差异和标准差。以维度间的标准差平均值为指标,因为标准差反映了评价对象的整体概念,所以标准差越小,说明晕轮效应的水平就越大。

第二,通过矩阵的主成分判断(Ritti, 1964; Kraut, 1975),与评分维度相关的主成分越少,就说明产生的晕轮效应水平越大。

第三,Guilford(1954)把晕轮效应定义为评价者和评价对象之间的交互效应,换言之,评价者对评价对象的印象好坏会使评价对象的每个维度评分值的增加或减少。如果评价者和评价对象之间缺乏交互作用,说明不存在晕轮效应。

第四,通过排除评价维度中的总体评价来控制晕轮效应,就是去除总体评价中的偏相关系数的平均值,消除总体评价,从而降低维度之间的相关,最后的一阶偏相关矩阵中就是去除了晕轮效应的。

第五,看是否有多余的相关关系。这种方法首先要确定维度之间真实的相关关系水平,那么在实际测量中任何超出的部分则是由晕轮效应引起的。在确定维度间真实的相关关系上,国外学者 Wirtz 提供了一种方法,能较好的测量晕轮效应。就是将一些维度控制在常量水平,则这些维度客观上与其他维度之间的真实相关关系为零。如果常量的维度和其他不是常量的维度之间有显著相关的关系,那么就是由晕轮效应引起的。

第六,Fisicaro 和 Lance(1990)提出总体印象计算来计算晕轮效应,把晕轮效应看作是存在于独立的维度间的总体印象,将评价对象各个维度和评价者的总体评价的相关系数的

乘积作为晕轮效应的指标。

在上述提到的各种方法中,第一、二和四种方法,目前没有研究表明是否能准确测量晕轮效应的大小,但是在逻辑上是适合的。第三种方法计算较为复杂,第五种方法对维度间真实的相关关系水平难以准确确定。第八种方法,由于不是所有的晕轮效应都是总体印象形成的,因此测量方式有局限。总之,目前测量晕轮效应主要有矩阵的主成分、维度间的标准差、去除总体评价的偏相关系数平均值等方法。

(三) 理论基础

本研究主要参考资源限制理论。1973年Kahneman在其著作《注意和努力》(Attention and Effort)中从资源分配的维度提出了资源限制理论(Resource Constraints Theory)。这一理论的基本假设是,完成每一项任务都需要运用心理资源。Kahneman把注意看作心理资源,认为人的心理资源总量是有限的,注意的有限性不是过滤器作用的结果,而是受到了从事操作的有限心理资源的限制。注意是非常有限的心理资源,当刺激越复杂或加工任务越复杂时,占用的认知资源也就会越多。注意的功能就是资源分配,如果一个任务没有用尽所有的资源,那么注意可以同时指向另外的任务,当认知资源完全被占用时,其他输入的信息将得不到加工(未被注意)。资源限制理论着重考虑注意如何协调不同的认知任务。

Kahneman把注意看成是对刺激进行识别和加工的认知资源,这种认知资源具有一定的绩效性、有限性以及可分性。绩效性则是指当人们在进行注意任务的操作时,需要占用一定的认知资源,在一定程度上,资源投入的越多,任务绩效就会越高。当人同时进行两种以上的活动时就会有多项任务同时竞争有限的注意资源^[12]。这就解释了为什么人很难同时做多件任务并把它们都做好。因此,人在进行复杂的认知活动时,必须对认知资源进行协调和分配,以保证任务的有序、有效进行。并且,只有在人同时进行的认知活动所需要的资源之和不超过注意资源的总和时,注意的协调和分配才能同时进行。当然,注意资源总和并非一成不变,而是由任务的唤醒水平决定的。简单来说,人对某些刺激信息越熟悉,其唤醒水平就越低,所需占用的认知资源越少,从而认知资源总和越多。总体而言,注意的认知资源分配受制于个体的唤醒水平、当时的意愿、对完成任务所需能力的评估以及个体的某些心理倾向^[13]。

3、研究问题与假设

通过研究和分析文献中对于晕轮效应的定义,我们可以得出结论,无论是总体印象对独立维度的影响,显著维度对其他维度的影响,还是维度区分不足带来的晕轮。晕轮效应的本质都是增强了维度之间的联系,使维度间产生了超越真实相关关系的联系,那么受晕轮效应影响大的评判者,对各个维度之间的打分就会更加聚合。

Kunda和Thagard(1996)提出了平行-约束-满足模型,把印象的形成过程看成自动化加工与控制加工之间的一种复杂的交互作用,前者相对不太需要很多的认知资源,在无意识的状态下即可快速完成,后者需要较多的认知资源,是涉及意识察觉和心理努力的精细推理

过程^[14]。晕轮效应强的个体，会较快地形成印象，更多的是一种自动化加工，本身所需的认知资源相对控制加工的时候就少，在形成印象过程中和形成印象后，就会分散掉认知资源。根据资源限制理论，注意是一种心理资源，人在完成每一项任务时都会占据一定的心理资源。晕轮效应强的个体，形成印象所需的认知资源相对较少，那么就会散更多的认知资源在视觉上。而许多研究表明，眼跳前存在注意转移，眼跳越多，也就是注意次数越多，说明注意转移越多，在注意上所需的认知资源就会增加。基于以上分析，本文提出以下假设：

H1：晕轮效应对考官的注视次数有显著的正向影响。晕轮效应越大，考官的注视次数越多。

Bartlett(1933)在通过对记忆的一系列研究，提出记忆不仅仅是痕迹的重新兴奋过程，而是一个富于想象的重构或者建构过程，如果受到很多内外因素的影响，就会表现出很高的可塑性并与客观事实相分离，形成错误的记忆^[15]。并且，许多研究都表明，人类的记忆并没有像我们想象的那么可靠，不是对以往经历的一个精确复制，而是常常会在各种因素的影响下发生重构。比如受到个体内部知觉、思想、态度、行为甚至想象等的影响，或者外界干扰信息的误导^[16]。晕轮效应是一种知觉上的偏差，这种偏差会对考官的记忆产生影响，使考官更容易形成错误记忆。基于以上分析，本文提出以下假设：

H2：晕轮效应对考官对于面试者所述内容的记忆有显著的负向影响。晕轮效应越大，考官的记忆正确率越低。

4、实验设计

（一）维度选择

在面试中，需要确定测评要素，因此往往会开发胜任力模型，它在人力资源管理领域有十分广泛的运用。哈佛大学的戴维·麦克利兰（David McClelland）教授提出胜任素质的构成要素从上至下包含知识、技能、社会角色、自我概念、特质和动机。丁润冲，王理峰，毛燕平和高德霞（2016）通过问卷调查和行为事件访谈等研究，构建了个人能力、个性特征、社会角色和动机需要的胜任力模型。黄晓玲和杜晓莉（2014）通过行为事件访谈和问卷调查，从调查的十五项素质中，建立卓越医学人才胜任力模型，包括五个维度：知识素质、技能素质、自我概念、个性特质和动机/需要^[17]。通过参考文献研究，并结合故事情景设计需要，本文最后选定户外能力、个性和动机作为三个独立的大维度，情绪稳定性、责任心和开放性作为个性维度下的小维度，成就动机、交往动机和权力动机作为动机维度下的小维度，观察能力、动手能力和运动能力作为户外能力下的小维度。

（二）实验被试

本实验所有的被试都是从网上通过招募得到，不限专业，。最后一共 64 有 133 个名被试参加实验，删除 1027 个无效数据（眼动无法定标、眼动定标不准、态度不认真）后，最终对 54106 个被试的眼动数据进行分析。其中男生 17 人，女生 37 人。所有被试均为自愿参

加，在实验前进行了充足的休息，视力或矫正视力正常。正式有效样本构成分布见表 1。

表 1 正式有效样本基本情况表

背景变量	分类指标	频数	所占百分比 (%)
性别	男	36	34.0
	女	70	66.0
专业	理工科	85	80.2
	文科	21	19.8
学历	本科	89	84.0
	硕士及以上	17	16.0
过去一年内 被面试次数	一次也没有	23	21.7
	1-3 次	62	58.5
	4-9 次	18	17.0
	10 次及以上	3	2.8
过去一年内 作为面试官参加面试 次数	一次也没有	80	75.5
	1-3 次	25	23.6
	4-9 次	1	0.9

（三）实验仪器

本实验使用的仪器是美国 ASL 公司（Applied Science Laboratories）生产的 eyetrack D6 遥测式眼动仪。实验使用两台电脑：一台是主试计算机，另一台是被试计算机（也称刺激计算机），两台电脑用以太网连接。被试电脑前有个下巴托，用于固定被试头部。

（四）实验程序

被试进入眼动实验室，调整座椅，将下巴放置于下巴托上，眼睛看着电脑屏幕。向被试强调保持头部不动，且眼睛必须注视电脑屏幕。由主试调整仪器，调整完成后开始征驴友情景模拟实验。首先，被试将看到屏幕上的指导语，关于征驴友的背景故事交代，被试了解清楚后，保持身体和头部不动，按下空格键，电脑屏幕上将出现该驴友照片，同时播放该驴友讲述的三段经历。听完故事后，被试填写依次记忆问卷、评分表。

（五）变量测量

1. 面试考官评分

面试评分表采用的是 7 分制打分，由 1 到 7 分别是从低分者特征到高分者特征。考官对个性、动机、户外能力这 3 个大维度进行评分。最后，将这 3 个维度的评分作为面试考官的评分数据。

2. 晕轮效应

Borman (1975) 将单个评分者评价特定被评者时产生的晕轮定义为各个评分维度之间的方差，用方差定义晕轮效应的合理性在于，一个在各个维度间只能做出很少的区分的评分者，

他在对目标对象的进行评分时,各个维度间几乎没有差异,相反,如果评分者对各个维度区分明显,并且愿意对一个个体的不同维度有比较性地赋予不同的分数,那么在各个维度上就会有相对高的方差^[18]。Walter 和 Bernardin (1977) 在研究中,也将晕轮效应定义为评价者对一个特定的被评价者的跨维度的标准方差,计算出每个评分者在各个维度上的标准方差作为晕轮效应的指数,低标准方差代表高程度的晕轮,高标准方差代表低程度的晕轮^[19]。Pence 和 Bernardin (1980) 在研究中,通过计算维度间的标准偏差和维度间的平均相关性来讨论晕轮错误^[20]。刘耀中 (2009) 在研究面试中的晕轮效应时,用方差作为指标来测量晕轮效应的大小。

通过借鉴以上学者们对晕轮效应测量的研究,本文对晕轮效应的量化,采取的方法是通过计算评分者 12 个维度评分的标准差除以各人的全距,来量化每个评分者的晕轮效应。

3. 记忆

记忆正确题数由被试填写记忆问卷,进行换算得到。记忆问卷一共设置 28 道题,所有题目都是建立录音内容的基础之上。通过对 3 个维度得分分别对应特征表现的分析,与录音中的故事结合起来,区分出各个维度行为对应的问题和无关问题。其中,无关问题指的是与评价的维度的特征表现无关的问题,有第 1 题、第 5 题、第 7 题、第 9 题、第 10 题、第 16 题、第 20 题、第 21 题、第 23 题、第 25 题、第 26 题,共 11 题。各评分维度对应的题目如表 2 所示。

表 2 各评分维度对应的题目

评分维度	题目
个性	第 4 题、第 6 题、第 13 题、第 22 题、第 28 题
动机	第 11 题、第 14 题、第 17 题、第 19 题
户外能力	第 2 题、第 3 题、第 8 题、第 12 题、第 15 题、第 18 题、第 24 题、第 27 题

最后,将每个考官在记忆问卷中每个维度的正确题数,作为考官的记忆效果。

4. 注视次数

在现实面试中,考官对面试者的注视通常在面试者身上,因此,本实验将照片中的驴友作为兴趣区域,三个大维度的注视次数分别以每个大维度故事讲述时间相对应的注视点个数作为指标。

5、实证研究

本文中的考官评分是在听完面试者所述的全部内容(三个独立的故事),并填完记忆问卷后做出的,在一张评分表上同时填写 9 个小维度的评分,一张评分表上填写 3 个大维度的评分。而个体晕轮效应的量化是通过计算各个考官评分的标准差,并除以各人的全距得到的。因此,用考官对各个维度的评分分别计算作为各个维度的晕轮,会有偏差存在,因为 9 个大

维度的评分和 12 个小维度的评分是考官一起评的，因此无法排除评分直接在后续产生的干扰。而眼动数据和评分数据是在考官听评分者进行故事讲述时就已经存在的，因此，本文的实验操作决定了本文不能分析前一个故事的晕轮对后面故事的眼动和评分产生的影响。但是在听最后一个故事时，考官已经听到了所有维度的故事，因此，本文只研究所有维度产生的晕轮效应对考官听到的最后一个故事的注视和记忆的影响。

（一）晕轮效应对注视次数的影响

以晕轮效应为自变量，因变量为注视次数，做线性回归分析，结果如下：

表 3 晕轮效应影响注视次数的回归分析

模型	非标准化系数		标准系数	t	Sig.
	B	标准 误差	试用版		
(常量)	228.753	30.189		7.577	.000
晕轮效应	-213.534	89.572	-.228	-2.384	.019

a. 因变量：注视次数

由表 3 的结果可知，自变量的系数为-213.534，T 检验的 sig. 值为 0.019，小于 0.05，晕轮效应为标准差/全距，标准差越大，晕轮效应越小。因此，晕轮效应对注视次数有显著的正相关关系。

（二）晕轮效应对记忆的影响

以晕轮效应为自变量，因变量为记忆，做线性回归分析，结果如下：

表 4 晕轮效应影响记忆的回归分析

模型	非标准化系数		标准系数	t	Sig.
	B	标准 误差	试用版		
(常量)	2.986	.568		5.254	.000
晕轮效应	.352	1.687	.020	.209	.835

a. 因变量：记忆

由表 4 的结果可知，T 检验的 sig. 值为 0.835，大于 0.05，说明晕轮效应对记忆不存在显著的影响。

6、结论与讨论

本文主要通过设计眼动仪实验，进行考官面试的情景模拟，获得考官在面试中的眼动数据、记忆数据和评分数据，来对考官面试中产生的晕轮效应进行一个解释，通过以上分析，我们可以得出以下结论：

（1）面试中的晕轮效应会对考官的注视次数有显著的正向影响，晕轮效应越大，考官的注视次数越多。

(2) 面试中的晕轮效应对考官的记忆没有产生显著的影响。

晕轮效应和面试考官对面试者所述内容的记忆之间影响不显著的原因,可能是考官的记忆在更大的程度上受到自身记忆能力的影响,但是本研究中并没有对考官的记忆能力进行测量,因此,该原因有待下一步研究。

本研究证明了面试中的晕轮效应会对考官的注视次数产生显著的正向影响,可见,考官在产生晕轮效应后,会更多地分散认知资源,进行许多无效的扫视,从而产生更多的注视次数。

参考文献

- [1] Borman W C. Effects of instructions to avoid halo error on reliability and validity of performance evaluation ratings.[J]. Journal of Applied Psychology, 1975, 60(5):556-560.
- [2] Bernardin H J. Behavioral expectation scales versus summated scales: A fairer comparison.[J]. Journal of Applied Psychology, 1977, 62(4):422-427.
- [3] Decotiis T A. An analysis of the external validity and applied relevance of three rating formats.[J]. Organizational Behavior & Human Performance, 1977, 19(2):247-266.
- [4] Murphy K R, Reynolds D H. Does true halo affect observed halo?[J]. Journal of Applied Psychology, 1988, 73(2):235-238.
- [5] Nisbett R E, Wilson T D. The halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments.[J]. Journal of Personality & Social Psychology, 1977, 35(4):250-256.
- [6] King L M, Hunter J E, Schmidt F L. Halo in a multidimensional forced-choice performance evaluation scale.[J]. Journal of Applied Psychology, 1980, 65(5):507.
- [7] Wirtz J J. How Democracies Lose Small Wars (review)[M]. How democracies lose small wars :. Cambridge University Press, 2003:134-136.
- [8] Blum M L, Naylor J C. Industrial psychology : its theoretical and social foundations[M]. Harper & Row, 1968.
- [9] Lance C E, Lapointe J A, Fisicaro S A. Tests of Three Causal Models of Halo Rater Error[J]. Organizational Behavior & Human Decision Processes, 1994, 57(1):83-96.
- [10] Newcomb T. An experiment designed to test the validity of a rating technique.[J]. Journal of Educational Psychology, 1931, 22(4):279-289.
- [11] Balzer W K, Sulsky L M. Halo and performance appraisal research: A critical examination.[J]. Journal of Applied Psychology, 1992, 77(7):975-985.
- [12] Kahneman D. Attention and effort[J]. Prentice-Hall (Englewood Cliffs, N.J), 1973.
- [13] 熊静. 注意的认知理论对英语听力教学的启示[J]. 环球市场信息导报:理论, 2013(4):84-84.

- [14] Kunda Z, Thagard P. Forming impressions from stereotypes, traits, and behaviors: A parallel-constraint-satisfaction theory.[J]. Psychological Review, 1996, 103(2):284-308.
- [15] Bartlett F C, Burt C. Remembering: A study in experimental and social psychology[J]. British Journal of Educational Psychology, 1933, 3(2): 187-192.
- [16] 郭晓蓉. 错误记忆影响因素的实验研究[D]. 华东师范大学, 2006.
- [17] 黄晓玲, 杜晓莉. 卓越医学人才胜任力素质模型构建[J]. 中国高等医学教育, 2014 (2014 年 07): 23-24, 50.
- [18] Borman W C. Effects of instructions to avoid halo error on reliability and validity of performance evaluation ratings[J]. Journal of applied psychology, 1975, 60(5): 556.
- [19] Bernardin H J, Walter C S. Effects of rater training and diary-keeping on psychometric error in ratings[J]. Journal of Applied Psychology, 1977, 62(1): 64.
- [20] Bernardin H J, Pence E C. Effects of rater training: Creating new response sets and decreasing accuracy[J]. Journal of Applied Psychology, 1980, 65(1): 60.

The eye movement study of the halo effect in the interviewer's rating

Zhang Xiaoyan

(Business School, Hunan University, Changsha/ Hunan Province,410082)

Abstract: Interviewing is one of the important means for selecting talents, However, in the interview process, many evaluation biases will inevitably occur. The halo effect is one of the important evaluation biases that can't be ignored. The overgeneralization of the interviewer affects the accuracy and credibility of the interviewer's evaluation, and is likely to cause mistakes in decision-making and brings great harm to the organization's personnel recruitment and selection work. In this study, eye tracker experiments were conducted to simulate the examiner's interviews to analyze the influence of halo effect on examiner's memory and Fixation count. The empirical results show that: (1) The size of the halo effect has no significant relationship with the interviewer's memory; (2) The halo effect has a significant positive effect on the interviewer's Fixation count.

Keywords: Interview; Interviewer's rating; Halo effect; Fixation count

作者简介:

张小艳 (1992-), 女, 湖南大学工商管理学院硕士研究生, 研究方向: 组织行为与人力资源管理。