

学校编码: 10384
学号: 17620091151043

分类号____密级____
UDC____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

求职者面试作伪行为的影响因素
及其实证研究

A Research On The Factors About Interviewing Faking Behavior
And Empirical Analysis

陈彬

指导教师姓名: 詹虹 副教授

专业名称: 企业管理

论文提交日期: 2012年4月

论文答辩时间: 2012年5月

学位授予日期: 2012年6月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2011年4月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

21 世纪，人才流动已经成为一种常态，伴随着这种人才流动，企业不得不选择足够多的人才，来满足企业的正常运营，而面试这种招聘方法的特点让其成为企业甄选人才的首要手段。虽然面试的应用的非常频繁，但面试并没有达到现实人力资源操作者的需要，也就是说面试的效度并没有我们所期望的那么高。研究过程中，非常多的学者已经注意到面试过程中求职者的印象管理行为对面试效度的影响。过去不论是学者还是实践者认为面试效度低的主要原因是面试官，面试环境以及求职者的印象管理，并没有人注意到求职者在面试过程中的伪装行为对面试行为的影响。面试过程中的伪装行为也就是本文所讲的面试作伪行为。

通过比较人口统计学变量在面试作伪行为及各维度上的差异性，得出求职者面试作伪行为在性别、年龄、面试经历次数上存在显著差异，但是在工作年限以及学历上的差异不明显。面试作伪行为受到求职者的口头表达能力、社交能力、自我监控水平高低以及马基雅维利主义的影响；数据分析表明面试过程中的作伪机会在作伪能力与作伪行为之间产生调节作用；作伪机会在作伪动机与作伪行为之间产生调节作用。通过多元回归分析发现，求职者作伪能力和作伪动机对其面试作伪行为有显著预测作用。结构化面试和非结构化面试对于作伪能力与作伪行为、作伪动机与作伪行为之间的调节效应显著。

本文的研究的主题是面试场景中求职者的不诚实性印象管理行为——面试作伪行为。文章不仅在理论上对面试作伪行为进行了综述，同时通过数据对于面试作伪行为进行了证明；其次作伪机会在前人的理论模型中一直作为影响因素存在，但是本文通过文献检索发现，作伪机会在影响过程中属于调节因素，而非前人所提到的影响因素。

关键词：面试；作伪行为；作伪能力；作伪动机

ABSTRACT

As an important part of recruitment, interviews have been concerned by the scholars. In the past, Scholars concerned about impression management in the interview process. IM is job seeker control his behavior/motivation/others impressions and create a positive impression, and is a positive process, while ignoring job seeker will provide a false behavior/motivation/other impression in order to get the job. This behavior is a Interview Fake Behavior Interviews Fake Behavior is that the job seeker, who wants to get a good image from the Raiser of the interview, and to get higher scores, made deliberately false answer to the question in the interview process.

In this study, a literature search on the current interview faking behavior factors for analysis and synthesis of the literature and related fields. Basis on the previous model, this article develop the fake behavior model. An empirical test was done by setting the two types of scenarios: the structured interview and unstructured interview, The results show that:(1) Interview Faking Behavior is affected by job seekers verbal ability, social skills, self-monitoring level, the level of impact as well as the doctrine of Machiavelli.(2) Base on the literature, the type of data analysis showed that Structured Interview and Unstructured interview play a regulating effect.(3) Multiple regression analysis found that the fake ability of job seekers and fake motivation have a significant predictor in interview faking behavior (4) By comparing the demographic variables and the dimensions, interview faking behaviors are different. Interviews fake behavior in terms of gender, age, were significant differences, but insignificant differences in work experience and academic qualifications.

Keywords: Interview Behavior Fake; Fake ability; Fake Desire

目 录

第一章 绪论	6
第一节 研究背景	1
第二节 研究意义	2
第三节 研究目的	3
第四节 研究框架	3
第二章 文献综述	6
第一节 面试作伪行为的文献综述	6
第二节 面试作伪行为的四类影响因素	10
第三节 求职者面试作伪行为影响因素模型	17
第三章 研究设计	22
第一节 研究模型	22
第二节 研究假设	23
第三节 研究方法与工具	25
第四节 预测试	28
第四章 数据分析与研究结果	32
第一节 研究对象	32
第二节 信效度分析	33
第三节 各研究变量的描述性统计分析及人口统计变量的差异性检验	40
第四节 相关分析	45
第五节 回归分析	47
第六节 实证研究小结	50
第五章 研究结论与展望	51
第一节 研究结果与讨论	51
第二节 研究的主要结论	53
第三节 管理启示	54
第四节 研究创新点与局限性	55
第五节 未来研究展望	56
参考文献	58
附录 调查问卷	64
附录 1 预测试问卷	64
附录 2 正式测试问卷	68
致谢	72

CONTENTS

Chapter 1 Introduction.....	6
Section 1 Background of Research	1
Section 2 Significance of Research	2
Section 3 Purpose of Research	3
Section 4 Framework of Research.....	3
Chapter 2 Literature Review	6
Section 1 Research on Interviewing Fake	6
Section 2 Research on factors about Fake	10
Section 3 Research on Fake Model.....	17
Chapter 3 Research Design	22
Section 1 Research Model	22
Section 2 Research Hypotheses.....	23
Section 3 Research Methods and tools	25
Section 4 Pre-test.....	28
Chapter 4 Data Analysis and Results	32
Section 1 Research Subject	32
Section 2 Reliability Test and Validity Test.....	33
Section 3 Descriptive Statistical Analysis and Anova Analysis	40
Section 4 Correlate Analysis	45
Section 5 Regression Analysis	47
Section 6 Results Summary.....	50
Chapter 5 Conclusions and Future Research.....	51
Section 1 Research Results and Discussion	51
Section 2 Research Conclusions.....	53
Section 3 Management Suggestions.....	54
Section 4 Research Innovation and Shortage.....	55
Section 5 Future Research.....	56
References.....	58
Appendix Questionnaire.....	64
Appendix 1 Pre-test Questionnaire	64
Appendix 2 Formal Questionnaire	68
Acknowledgement.....	72

图表目录

图 1.1	研究框架	4
表 2.1	作伪及其相关行为概念	8
图 2.1	Snell Sydsn & Lueke 的两因素模型	16
图 2.2	Levashina & Campion 的面试作伪三因素模型	17
图 2.3	McFarland & Ryan 求职者作伪过程模型	18
图 2.4	McFarland & Ryan 求职者作伪过程模型	19
图 3.1	本研究面试作伪行为模型	21
表 3.1	面试作伪行为量表项目分析结果	28
表 3.2	面试作伪行为量表 KMO 和 Bartlett 球形检验结果	28
表 3.3	面试作伪行为量表因素分析	29
表 3.4	面试作伪行为量表信度分析	29
表 4.1	被试基本情况分布	31
表 4.2	作伪能力量表 KMO 和 Bartlett 球形检验结果	33
表 4.3	作伪能力量表因素分析	33
表 4.4	自我监控子量表 KMO 和 Bartlett 的检验	34
表 4.5	自我监控子量表因素分析	35
表 4.6	马基雅维利主义量表 KMO 和 Bartlett 的检验	36
表 4.7	马基雅维利主义子量表因素分析	36
表 4.8	作伪行为量表 KMO 和 Bartlett 的检验	37
表 4.9	作伪行为量表因素分析	37
表 4.10	整体量表及其子量表的信度	38
表 4.11	各研究变量描述性统计	39
表 4.12	不同性别员工的独立样本 T 检	40
表 4.13	不同年龄员工的单因素方差分析及 Scheffe 多重比较	41
表 4.14	不同学历员工的单因素方差分析及 Scheffe 多重比较	42
表 4.15	不同工作年限员工的单因素方差分析及 Scheffe 多重比较	43
表 4.16	不同面试次数员工的单因素方差分析及 Scheffe 多重比较	44
表 4.17	作伪能力同面试作伪行为的相关分析	45
表 4.18	作伪动机同面试作伪行为的相关分析	45
表 4.19	作伪能力对面试作伪行为的回归分析	46
表 4.20	作伪动机对面试作伪行为的回归分析	47
表 4.21	作伪机会对作伪能力同作伪行为的调节作用	47
表 4.22	作伪机会对作伪动机同作伪行为的调节作用	48
表 4.23	本研究假设验证结果	48

第一章 绪论

第一节 研究背景

伴随着经济全球化，新创企业的加入，企业业务的发展，80后和90后步入职场将会出现两大结果：人员流动率上升与求职人数增加。人员流动率的上升将使企业招聘人数增加；求职人数的增加将使企业挑选合适人才的基数增加。为了挑选出合适的人才，完成企业的招聘计划，企业必须找到高效科学的方法。而面试成为企业选择的首要方法。

面试是指在精心设计的环境中，通过面对面的观察，交流等沟通方式，面试官对求职者进行由表及里的考评过程。面试已经成为公司首选的考评方式^[1]。面试官通过面试，根据公司岗位任职资格的评价和组织文化分析的结果，对求职者进行全面的测评，才能够准确的挑选出与组织匹配的求职者。上述所提到的面试可以分为广义的面试和狭义的面试，狭义的面试主要是指面谈法的面试^[2]。本文所提到的面试是狭义的面试，即面谈法的面试。

面试的优点包括：面试的双向性；面试内容的灵活性；面试对象的单一性以及面试时间的持续性^[3]。面试的这些优点，使它能够从诸多招聘人才的测评方法中脱颖而出。但现实中，各类招聘人才的组织却时常面临着所招人员难以满足工作需要的情况。面试具有如此多的优点，为什么在实际应用中仍然会出现这样的结果呢？人力资源操作者从实践操作的角度出发，提出面试官的个人素质，面试官的面试技巧，面试之前的准备，面试的流程设计以及面试的环境等因素造成了上述结果的出现。这些因素分别属于面试的三个组成部分——面试官、面试环境及面试流程。因此，为了提高面试的效度，满足实践管理的需要，人力资源操作者提出提高面试官的素质；改进面试的流程及环境等诸多解决办法^[4]。

近年来，学术界对面试进行了大量的研究，得到了很多研究成果。通过文献检索发现，学者们研究的关注点主要在印象管理领域，求职者的印象管理策略的使用；印象管理对面试官的影响等属于主要的研究内容，关于求职者在面试中的伪装行为的研究较少^{[1][5][6][7][76]}。学者们认为印象管理是指求职者尝试控制面试官所感知的，关于其行为、动机和其他方面的形象的印象，创造有利于自己形象的行为。这种行为是可被接受的，是正常的情况。但是他们忽略了求职者是有意

识的去控制自己的形象；为了达到求职者自己的目的，在这一过程中，有可能出现求职者提供虚假答案；提供其行为、攻击和其他形象方面的虚假信息；创造虚假形象的情况。求职者在面试过程中的这种伪装行为并没有引起学者的注意。

面试已经成为企业选才的重要手段之一，但面试过程中求职者的伪装行为可能降低面试的效度，给企业带来苦果的情况，不仅在实践界，还是在理论界尚未受到关注，因此，本文基于这一背景认为面试过程中求职者的伪装行为——面试作伪行为应当成为研究的主要对象。面试作伪行为是在面试过程中，求职者为了获得职位，而蓄意做出的虚假行为，是虚假表现的印象管理行为。

第二节 研究意义

一、理论意义

本论文对求职者作伪装行为的影响因素作了尝试性的实证研究，在一定程度上丰富了国内有关求职者印象管理方面的探索。

在求职者面试作伪行为研究上，国外学者已取得了不少的研究成果，而国内相关研究在数量上相对匮乏。通过文献检索发现国内关于面试作伪行为影响因素的文献较少，仅有一篇面试作伪行为的两因素模型的介绍；其次，国内学者实证分析面试作伪行为影响因素方面，仅有一篇硕士论文实证检验了马基雅维利主义对面试作伪行为的影响。本文基于这一背景下，综述了国内外求职者面试作伪行为的影响因素，在前人的研究基础之上，探讨了影响因素如何作用。然后，通过实证数据对本研究所提出的假设进行验证。

二、现实意义

首先，面试已经成为企业选择人才的重要手段之一，但是面试过程中求职者的伪装行为对面试的影响尚未受到重视，通过本文的研究，能够开拓面试研究的新方向。其次，丰富了提高面试效度的方法。实践界与理论界从面试官、面试环境及面试流程方面提出了诸多改进面试效度的方法，通过本文的研究结果可以从求职者角度提出新的改进面试效度的方法。比如：面试过程中对求职者的警告等。第三，通过文献综述和数据分析，文章解释了面试作伪行为的影响因素；影响因素的作用过程以及影响因素的影响因子大小。面试过程中，面试官可以关注对面

试作伪行为影响因子较大的因素，预防求职者的作伪行为发生；第四，本文的证明了结构化面试对于求职者作伪行为的产生具有很重要的抑制作用，而非结构化面试对于求职者作伪行为的产生具有促进作用。因此，在实践过程中，对面试环境的设置具有一定的参考意义。

第三节 研究目的

根据上述研究背景与动机，本研究主要目的在于探讨面试作伪行为的影响因素，对面试作伪行为的影响因素模型进行实证检验，以进一步丰富关于面试作伪行为的研究。

具体而言，希望通过本研究，达到以下目的：

（1）综述我国求职者面试作伪行为的影响因素，探讨国外求职者面试作伪行为模型的优缺点；

（2）通过文献综述，查阅相关领域资料，探讨了求职者面试作伪行为影响因素的作用过程，建立了求职者作伪行为影响因素模型；

（3）检验面试作伪行为影响因素对面试作伪行为的影响；并尝试通过控制不同的情景检验不同的面试类型对于面试作伪行为产生的差异，并分析了人口统计特征变量（性别、年龄、学历、对于面试工作的了解程度、工作年限）对面试作伪行为的差异性影响；

（4）通过研究结果提出相关建议，了解求职者的哪些因素属于重点关注内容，为企业提高面试效度提出相关建议。

第四节 研究框架

本研究的研究框架如图 1.1 所示。

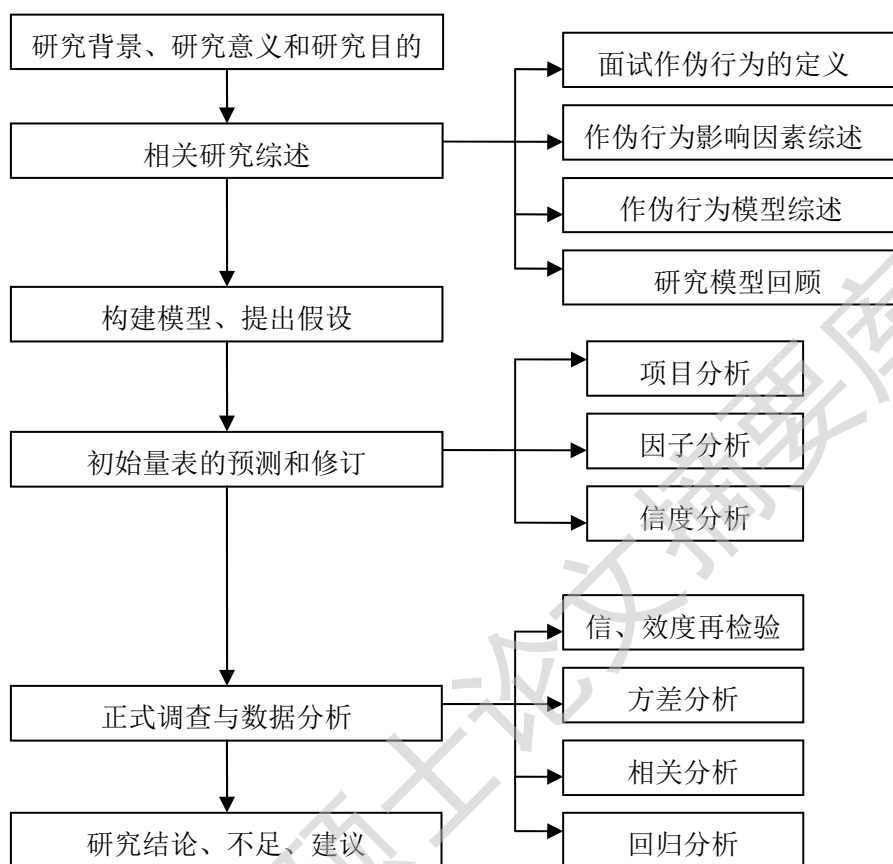


图 1 研究框架

具体来说，本论文的结构安排共包括了以下五个部分：

第一章为绪论部分。对于当前的研究背景、意义、目的与研究框架进行了介绍。

第二章为文献综述部分。通过收集与查阅国内外相关著作、期刊以及文献论文等，对面试作伪行为的定义，面试作伪行为的影响因素，面试作伪行为模型进行回顾。同时，在这一章中对三个变量同作伪行为间关系的以往研究进行概括总结。

第三章为研究设计部分。通过前面的文献综述，对于面试作伪行为的影响因素以及作用过程有了整体的了解，在此基础之上，提出本文的理论模型和研究假设。并对研究方法、研究工具进行了必要的介绍。这一部分还完成了调查问卷的预测试。

第四章为数据分析部分。通过对本研究正式量表的信效度检验，保证正式调查的有效性。相关分析和回归分析是本部分的重点，用以检验研究假设，包括作

伪能力同作伪行为、作伪机会同作伪行为、作伪动机同作伪行为以及社会学统计特征同作伪行为之间的关系等。

第五章为研究结论与展望部分。得出本文的研究结论，并根据前人的研究对本文的研究结论进行说明。在此基础上，提出可行性建议，以帮助企业更好的提高面试的效度。最后对于本文研究过程中存在的局限，以及未来的研究方向介绍。

厦门大学博士论文摘要库

第二章 文献综述

面试已经从所有的测评手段中脱颖而出，成为企业选择人才的重要手段之一，在学术界已经成为研究的重点。求职者的印象管理；面试改进方法等成为热点。但学者们对面试过程中求职者的伪装行为的研究较少。Levashina & Campion (2006) 首次提出了面试作伪行为的概念。在此前理论界仅在印象管理，以及一些量表的验证文献中提到相关的概念，并没有学者对其进行加全面的定义^[8]。目前，面试作为行为已经引起国外学者的注意，开始了求职者面试作伪行为的研究，并对面试作伪行为的概念进行了界定，但面试作伪行为的验证尚处于起步的阶段，而国内学者仅有较少的文章做过这方面的探讨。鉴于本文的研究目的，有必要对求职者面试作伪行为的定义及其影响因素的研究进行系统梳理，以为后期实证研究做好理论铺垫。

第一节 面试作伪行为的文献综述

一、面试的定义

长期以来，面试一直是人员选拔中最流行的形式(Robertson & Makin, 1986)^[9]。几乎所有的组织在各层级选拔雇员时都会使用面试进行测评。虽然面试在人员选拔过程中频繁使用，但它一直受到众多负面评价，批评者认为面试是主观的、不可靠的，不可避免地会产生主观偏见。在多年前，这种批评可能是公正的，因为那时的面试只是雇佣者和期望中的雇员在一起的非正式聊天。然而，现在对于面试中如何进行选拔决策、误差和偏见的潜在来源我们有了更多更全面的了解，因此我们就有可能做得更好。通过结构化面试、对面试者进行培训，可以极大地提高效率(Eder & Harris, 1999)^[9]。综上所述，非常重要的一点是：如果想要面试成为雇员选拔过程中一种重要的和有效的方法，那么必须确保面试中的问题是建立在工作分析的基础上，面试必成为企业选拔人才的重要手段。

McDaniel(1994)指出面试是通过考察求职者的口头表现，对将来工作绩效进行估计的方法^[10]。McDaniel 从求职者的角度对面试进行了定义，但面试并不是

仅仅由求职者一方所组成的。萧鸣政(1995)提出面试主要是以面对面沟通与观察为主,在提前设计的环境中,由外到内考评被试素质的方法^[11]。这一概念更加全面的涵盖了面试的组成成份,能够更好的表达出面试的整体面貌。而随后廖泉文以及马欣川在他们的著作中,提出了更加完善的面试定义。廖泉文(2002)指出通过主试与被试者面对面的观察、交流等双向沟通的方式,了解应征人员的素质情况、能力特征以及应聘动机的一种人员考试技术。^[12]马欣川(2003)从面试设置,面试官和求职者三个角度提出面试是一种精心设计的,面试官对求职者的个人信息进行考察的一种选拔测试活动^[13]。

综上所述,本文在随后的研究中将采用廖泉文教授(2002)提出的面试概念,面试是通过主试与被试者面对面的观察、交流等双向沟通的方式,了解应征人员的素质情况、能力特征以及应聘动机的一种人员考试技术。该定义更能够符合本文的研究目的。

面试的分类方法很多,根据面试的不同方面,可以把面试分为不同的类型^[35]。如按照面试人数分类可以把面试分为个别面试与群体面试,具体来看包括一对一面试、一对多面试、多对一面试和多对多面试四种;按操作规范或结构化程度,可以把面试分为结构化面试与非结构化面试;按照面试气氛分类,可以将面试分为压力面试和非压力面试。本研究中采用面试的标准化程度进行分类。将面试分为结构化面试与非结构化面试。结构化面试也叫标准化面试,是根据所指定的评价指标,采用特定的问题、评价方法和评价标准,严格遵循特定程序,通过考官与应聘者面对面的言语交流,对应聘者进行评价的标准化过程。结构化面试的考官、被面试者、面试内容和题目、面试程序、面试结果五要素都要统一和标准化。非结构化面试是指对面试的五要素不做统一要求的面试,这种面试可实现准备一些重要的问题,但面试中会根据情况随时发文。面试者可以在不同场合向应聘者提问,要求应聘者用口头语言回答。

二、面试作伪行为的定义

作伪是一种虚假的行为,在我们日常生活中并不罕见,而对于作伪行为的研究也具有悠久的历史,古代的思想家从哲学、伦理学的角度研究人为什么作伪,以及作伪的伦理道德等。现在科学中,法学侧重研究了犯罪者的作伪和证人的伪证;管理学中侧重研究了公司的财务作伪行为即会计中的假账;而组织行为学则

关注了面试环境中面试者的不真实反应即求职者的作伪行为。求职者作伪(faking)行为是指个体为了表现出一个有利的自我表征或提供最佳答案,而故意对测验工具歪曲反应的趋势^[18]。求职者作伪行为刻画了求职者在测试反应或面试时的不真实性以及做出不真实反应的蓄意性。

招聘情境下的作伪(faking)是指个体为了表现出一个有利的自我表征或提供最佳答案,而故意对测验工具歪曲反应的趋势。在实际的研究中同面试作伪有关的概念,牵涉到最多的就是社会称许性行为和印象管理,这三者之间既有联系又有区别,在研究中要注意其区别。

实际的研究中,容易与面试作伪行为混淆的概念有两个:社会称许性与印象管理。三者之间既有区别又有联系,本研究中要注意区分这三个概念。

(一) 社会称许性

社会称许性一直受到人们的关注,很早以前人们已经发现这种行为的存在。Marlowe & Crowne (1997)认为社会称许性是指个体使用被群体所认可和表扬的行为,获得群体的认可,满足个体获得认可的需要^[14]。周洁等(2007)年提出社会称许性行为是指个体在社会活动中,按照社会群体对个体的角色期望和要求来表现自己的行为。在社会称许性行为中,个体受到社会群体和自我角色两方面的约束,个体为了获得社会群体的认可,所展现的任何行为既要符合自身的角色,又要满足社会群体对于这一角色的期望。社会称许性行为存在于社会认同的价值标准和各种群体的准则和行为规范作用于个体的过程中。Zerbe等(1987)认为将社会称许性行为看作是一种消极的观点是不对的^[15],在面试过程中,社会称许性行为又可以分为两个维度:自我欺骗与印象管理,Paulhus(1984)证明了这两个维度^[16]。

(二) 自我欺骗

Paulhus(1986)自我欺骗是指个体认同的任何正确的行为^[17]。自我欺骗的欺骗主体是个体自身,是个体对于自己所认同的观点的保护,并非故意的行为。Sackeim(1979)等人认为自我欺骗是一种精神防御机制^[17]。Crowne & Marlowe (1964); Paulhus & Reid (1991)皆将自我欺骗等同于压抑。认为通过分析人们压抑时的感受心理状况能够测量自我欺骗水平。

(三) 印象管理

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库