

# 面试中作假行为与印象管理的研究述评

孙仁杰, 康廷虎

西北师范大学心理学院, 甘肃 兰州  
Email: 624647070@QQ.com, kangyan313@126.com

收稿日期: 2020年9月24日; 录用日期: 2020年10月13日; 发布日期: 2020年10月20日

## 摘 要

就业面试过程中, 由于其特殊性质, 作假(Faking)几乎时常发生。早年的研究中一般用社会称许性量表的得分识别作假行为。近年研究发现, 作假更加等同于有欺骗性质的印象管理(Impression Management)而不是自我欺骗(Self-Deception)。本研究详尽地剖析了面试作假与印象管理的关系, 并对面试作假和印象管理的性质、前因、后效及其影响因素等领域的研究进行了述评, 以期对未来的研究提供更多可能的视角。

## 关键词

面试作假, 印象管理, 前因, 后效

# A Review of the Research on Faking and Impression Management in the Interview

Renjie Sun, Tinghu Kang

School of Psychology Department, Northwest Normal University, Lanzhou Gansu  
Email: 624647070@QQ.com, kangyan313@126.com

Received: Sep. 24<sup>th</sup>, 2020; accepted: Oct. 13<sup>th</sup>, 2020; published: Oct. 20<sup>th</sup>, 2020

## Abstract

Due to its special nature in the process of the employment interview, faking almost happens. In the early research, the score of social desirability scale was used to identify faking behavior. In recent years, it has been found that faking is more equivalent to deceptive impression management than self-deception. This study analyzes the relationship between interview faking and impression management in detail, and reviews the research on the nature, antecedents, aftereffects and influencing factors of interview faking and impression management, so as to provide more possible

perspectives for further research.

## Keywords

Interview Faking, Impression Management, Antecedents, Aftereffect

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

一个组织如果想要得到延续和发展并取得更高效益, 雇用适合该组织工作的人就成为了必不可少的环节。在筛选应聘者的许多方法中, 面试(Interview)特别流行, 几乎被普遍使用(Macan, 2009; Huffcutt & Culbertson, 2011)。但是由于面试特殊性质, 作假(faking)几乎时常发生。作假的定义十分强调其刻意性, 不同研究者对作假的定义十分相似, 例如: 在工业与组织心理学(I/O)领域, 测验学家把被试在应聘过程中故意进行夸大反应的趋势叫做作假(骆方, 刘红云, 张月, 2010); Levashina & Campion (2007)将面试作假定义为欺骗性的印象管理和为了在面试中得到更高分数而对事实进行的有意的歪曲; 作假是印象管理手段中较为特殊的一种, 它试图传达的印象不仅与客观事实不符合, 与应聘者的主观事实也不相符, 是应聘者为了达到目的捏造、隐瞒信息的一种行为(崔璨, 时雨, 邱孝一, 时勤, 2013)。

面试作假常与另一个本研究关注的重要概念——印象管理(Impression Management)相关联, 或者说面试作假的研究起源于印象管理。在面试情境下, 印象管理指那些应聘者用以影响他人对自己印象的行为(Bozeman & Kacmar, 1997)。例如, 巴结讨好面试官使自己显得可亲(逢迎); 夸大自身资质和能力以使自身显得有岗位胜任力(自抬身价); 利用借口或理由来为负面经历或错误辩解(防御性印象管理; Ellis, West, Ryan, & DeShon, 2002)。基于一些早年的研究面试中的印象管理过程的开创性研究(e.g., Schlenker, 1980; Leary & Kowalski, 1990; Stevens & Kristof, 1995), 在过去的十几年间, 印象管理逐渐成为有关于面试的研究中的中心主题(e.g., Posthuma, Morgeson, & Campion, 2002; Levashina & Campion, 2006, 2007)。

## 2. 面试作假与印象管理

在应聘作假的前期研究中, 许多研究者简单地将对社会称许性的回应或者印象管理与作假联系起来或直接等同。直到 1984 年 Paulhus 正式提出社会称许性(SDR)的双成分模型: 自我欺骗(Self-Deception)和印象管理, 该模型为区分作假与社会称许性提供了先决条件。

首先从人格心理学角度对印象管理的解释出发, 印象管理指的是故意扭曲反应以创造良好的印象。这区别于自我欺骗或无意间的歪曲反应。自欺欺人则是人们实际上相信社会期望的、积极的、有偏差的自我描述是真的, 自我欺骗不会随着诸如宣传或外部奖励等社会因素的变化而变化(Zerbe & Paulhus, 1987)。然而, 印象管理是一种情境所诱导的暂时状态, 是以积极主动的方式(或其他适当的方式)呈现自己。因此, 如果求职面试中的作假行为受到社会 and 情境变量的影响, 那么这种行为更有可能是由印象管理而不是由自我欺骗引起的(Morrison & Bies, 1991)。所以作假不是自我欺骗或无意扭曲反应, 而仅仅是有意扭曲回应和印象管理的成分。

Levashina & Campion (2006, 2007)的两篇研究分别提出了面试作假的影响因素模型并编制了面试作假行为量表。在这两项研究中他们指出: 应聘者在面试中回应社会称许性的行为可能是诚实的或者欺骗

性的, 自欺者的回答虽然与客观事实存在出入, 但其主观意识与行为却是一致的, 故作假应当更加等同于有欺骗性质的印象管理而不是自欺。他们将面试作假即欺骗性印象管理按照之前文献中印象管理的策略划分成四个维度——轻微形象塑造、全面形象塑造、形象维护和逢迎。

然而印象管理本身也并不一定是欺骗或故意的。从组织行为学角度看, 印象管理是对社会情境下的人们对知觉到的各种行为意义的各种解释的协调的结果(Gilmore, Stevens, Harrell-Cook, & Ferris, 1999; Schlenker, 1980)。Baumeister (1982, 1989)认为, 有两种类型的印象管理: “取悦观众”——符合其他人的偏好和根据别人的期望改变行为和形象; 以及“自我建设”——出于自身的价值观和符合自己个人的想法和欲望构建身份。故从这个意义上讲印象管理不同于作假。早先的招聘面试研究采用了文献中组织行为学的观点, 将印象管理定义为在交互过程中有意识或无意识地影响形象的尝试(Ellis, West, Ryan, & DeShon, 2002; McFarland, Ryan, & Kriska, 2003)。这说明面试策略或者说印象管理策略可以分为两类: 诚实的和欺骗性的。

Roulin, Bourdage, & Tarraf (2014)的研究更加细化了面试中印象管理策略的性质, 例如, 应聘者可能就组织的品质来奉承面试官, 这种奉承可能是诚实的(他们真的有这种观念)或者欺骗性的(实际上他们不在乎这种品质)。他们在 Levashina 和 Campion 对欺骗性印象管理所划分的维度基础上, 又添加了三种诚实的印象管理策略——诚实的自我提升、诚实的奉承和诚实的防御性印象管理(即形象维护)。有研究显示: 相较欺骗性印象管理, 诚实的印象管理更容易被面试官所接受(Jansen, König, Stadelmann, & Kleinmann, 2012), 并且在模拟面试的视频中二者很难被面试官或观察者甄别(Roulin, Bangerter, & Levashina, 2015), 这导致二者十分容易混淆。Bourdage, Roulin, & Tarraf (2015)的研究指出诚实的印象管理和欺骗性印象管理具有不同的前因并被不同性格的应聘者所采用: 性格外向以及核心自我评估能力强的个体倾向于采用诚实的印象管理; 不诚实、责任心低、高马基雅维利主义、自恋、变态或信奉丛林法则的个体更倾向于采用欺骗性印象管理。自此, 面试中的作假有了更加贴切的定义——欺骗性印象管理。

有趣的是, 虽然保持欺骗性这一观点不变, 有研究者从称许性角度入手, 提出了不一样的作假定义(Bradley & Hauenstein, 2006; Martin, Bowen, & Hunt, 2002; Mueller-Hanson, Heggstad, & Thornton III, 2006)。他们认为, 印象管理发生在一般意义的社会情景中, 人们会按照社会期望的方向作出回应; 而作假发生在应聘情境中, 应聘者会按照工作期望的标准来回答问题, 倾向于向主考方传递一种“优秀员工”的形象, 这是一种“工作称许性反应”, 而不是普遍意义上的印象管理。有时应聘者作假和一般印象管理的方向可能是相反的, 比如 Kluger & Colella (1993)提供了一个很好的例子: 当被问到“有人在痛苦呻吟时, 我能够保持平静”, 如果应聘者进行一般的印象管理, 则会选择“完全不一致”来证明自己具有同情心。但是, 如果应聘者正在应聘医疗护理的岗位时, 那么他就可能回答“完全一致”, 来表明自己足够冷静以展现自己适合该岗位的特质。当然, 这种工作称许性只存在于特定工作领域中。由此骆方等(2010)编制了基于工作称许性的应聘作假识别量表。

### 3. 面试作假与印象管理的前因

如果单纯就作假而言, 前后有两种观点解释了欺骗性印象管理的前因: Snell, Sydell, & Lueke (1999)认为应聘者作伪行为的影响因素可以分为两个类别: 作伪能力与作伪动机。作伪能力是指被试的一般能力(智力)、经验以及测试本身的特点; 作伪动机则是人口统计学特征和人格倾向等因素。于此相似, Levashina & Campion (2006)提出的面试作假的因素模型认为作假是能力、意愿和机会三者的函数。

本研究广义地从印象管理的角度看待作假行为, 依据与面试中印象管理类似的组织政治行为的影响因素(Ferris & Judge, 1991), 将欺骗性印象管理的前因(Antecedent)细化为三个方面: 行为者特征、情境特征、行为对象或目标的特征。迄今为止, 对印象管理前因的调查也是面试中印象管理最主要的研究方向。

在已有的面试中印象管理的研究中, 研究者们尤其关注行为者特征, 比如人格(e.g., Kristof-Brown, Barrick, & Franke, 2002; Higgins & Judge, 2004)。近年来该研究领域的三项研究(Law, Joshua, & Thomas, 2016; Buehl & Melchers, 2017; Roulin, Bangerter, & Levashina, 2015)采用问卷的方法调查了包括人格特征(如诚实-谦逊、外向性)、智力、社交技能在内的大量个体差异, 证明了最主要的影响因素——低诚实-谦逊特质的个体更有可能采用欺骗性印象管理策略或者面试作假。

在情境前因和目标前因的研究领域, 研究成果则十分稀少。Law等(2016)的研究操纵了模拟面试的情境, 证明了情境前因的作用: 可以被知觉到的警示语减少了作假行为和欺骗性印象管理的运用, 说明对情境的操纵可以有效减少欺骗性印象管理。Von Baeyer等(1981)的研究已经证明面试官能够被知觉到性别角色观会使应聘者按照其喜好去进行面试(包括衣着与行为)。Delery & Kacmar (1998)的研究表明面试官的特征(如交流技巧、从业经验等)影响对印象管理策略的选择: 面试官的沟通焦虑、面试经历与组织任期和应聘者权利(entitlement, 声称自己是导致积极事件发生的主要原因)策略的采用呈负相关; 面试官的年龄与组织任期与应聘者提升(enhancement, 使自己做过的事看起来更有价值)策略的采用呈正相关。

除了已有的前因框架外, 另有少数研究从面试的性质的角度解释了其他可能造成印象管理的因素。Levashina & Campion (2007)发现了面试问题的性质会影响到应聘者的作假和印象管理策略的采用: 行为描述问题会比情境问题导致更多的作假; 同时半结构化面试中的追问会导致更多地作假。

以上现状反映出在情境前因和目标前因的研究领域迫切需要更加深远的研究。

#### 4. 面试作假与印象管理的后效及影响因素

目前学界对面试作假或欺骗性印象管理的后效研究集中在面试绩效上。总体而言, 就如 Peck & Levashina (2017)的元分析显示的那样, 印象管理普遍对面试绩效有积极的影响。然而与此同时, 专门针对欺骗性印象管理的原始研究却越加庞杂——尤其体现在对于印象管理后效的影响因素的研究上。

Buehl & Melcher (2017)调查了是否有些人在使用欺骗性印象管理时可能比其他人更有效: 在两项研究中, 他们分别研究了印象管理的使用与面试结果的关系以及智力和社交技能是否能作为欺骗性印象管理策略采用与面试结果的调节变量。前一个研究发现印象管理的使用与面试结果确实存在正相关, 但后一个研究的结果没有支持他们的理论假设。进一步的研究(Buehl, Melchers, Macan, & Kühnel, 2019)表明应聘者通过印象管理以提高面试分数的机制在于其认知能力及其识别目标面试维度的能力。未来的研究应该继续调查可能影响印象管理有效性的个体差异变量。

此外对实际工作场所中印象管理的研究发现, 政治技能水平较高的个体使用印象管理会更为有效(e.g., Harris, Kacmar, Zivnuska, & Shaw, 2007)。另外, Peck & Levashina (2017)指出, 目前的劳动力市场中应聘者使用印象管理的频率和效率都略高于学生。

印象管理策略本身的性质也可能影响面试绩效: 我国学者做过一个有关的实证研究, 证实了应聘者在面试过程中所应用的获得性印象管理策略与考官评价之间关系密切, 但是保护性印象管理策略与考官评价之间的关系并不显著(黎恒, 2003)。

以上研究都是应聘者的个体差异如何导致面试中印象管理的绩效有所不同, 除了这个角度外, 确定影响印象管理有效性的情境和目标(即面试官特征)同样也很重要。

就印象管理的目标(即面试官)特征而言, 如 Derous (2017)所证明的观点: 不同的评价者或面试官可能对印象管理有不同的偏好。Roulin (2016)的研究表明, 一些面试官比起其他的更善于侦测作假行为: 高认知能力和高社会敏感性(与普遍信任与诚实相关)兼具的面试官更容易识别出作假。Chen等(2010)的研究表明面试官特质情感对应聘者采用印象管理策略以收获更好的面试绩效的调节作用: 面试官的积极的特质情感使得自我聚焦印象管理策略更加有效, 而消极特质情感倾向的面试官则会使应聘者的印象管理不

那么有效。

究其原因,从认知的角度来看,Bozeman & Kacmar (1997)提出了在组织中人们对印象管理的一系列对潜在的重要的认知过程——一套集目标、反馈等过程于一体的完整认知控制模型,从认知角度说明了面试官理解印象管理的内在机制。进一步的研究表明面试官对印象管理行为的可接受程度上存在差异(Jansen, König, Stadelmann, & Kleinmann, 2012),这可能对理解为什么某些印象管理行为得到回报而另一些则没有得到回报这一问题有重要的意义。从情感的角度来看,印象管理被证实至少在一定程度上起作用,应聘者会给面试官一种自己与其相似的印象(Ferris & Judge, 1991)以及可喜的印象(Wayne & Liden, 1995)。

关于印象管理影响面试官评价的认知和情感过程,还有进一步研究的余地。此后的研究可以探讨应聘者用以激发面试官积极情绪或与面试官建立积极关系,并以此取得更高的评价的印象管理行为的机制。

## 5. 面试作假与印象管理的其他研究方向

在大量的对面试作假和诚实性印象管理的研究中,研究者们几乎只关注应聘者如何对面试官使用印象管理策略来使他们得以应聘成功,然而这是对印象管理本质中的一个基本方面的忽略。换句话说,印象管理发生在面试这种有双向互动过程的情景中。Peck & Levashina (2017)的研究提出当印象管理的目标是面试评分者而不是观察者时,印象管理对面试评分的影响会更大。诚然,应聘者试图影响面试官,但面试官也对应聘者作出响应并试图影响他们,因此也会使用印象管理。Wilhelmy 等(2016)的研究是少有的检验面试官印象管理的作用的研究,目前该领域只有两篇已发表的研究成果(Stevens, Mitchell, & Tripp, 1990; Wilhelmy, Kleinmann, König, Melchers, & Truxillo, 2016)并提出了一个模型,说明面试官所使用的印象管理最终能影响应聘者对组织的感受(如,组织威望)以及应聘者的积极情感和感受(如,面试自我效能感),而这些因素反过来也会影响到应聘者的印象管理行为。

另外一个方向是印象管理与歧视间的关系。Derous (2017)研究了与文化背景相关的印象管理。她指出,随着包含多元文化的工作环境越来越多,了解文化在印象管理中的作用是特别重要的,而目前此类研究甚少(e.g., Bolino, Long, & Turnley, 2016)。其研究证明了以下论断:文化可以影响对不同印象管理策略的使用偏好;由于不使用多数民族应聘者所偏好的印象管理策略,少数民族应聘者可能会受到歧视。这就需要后续研究在跨文化背景下考虑印象管理的重要性。Gioaba & Kring (2017)的研究强调了年龄对印象管理的作用:尽管在所有条件相同的情况下,年轻的应聘者仍然受到青睐,但年纪较大的应聘者可以使用印象管理在某种程度上减轻歧视的影响。以上研究的共同点是采用了“基于社会身份的印象管理”的理论(Roberts, 2005),认为人们可以用印象管理来减轻与自己的社会群体相关的负面刻板印象的影响。那么从以上研究或许可以得出结论:印象管理的动机或许可能不仅仅是为了取得更好的面试评分,研究者们更应该反思文化因素(如,偏见)的影响。

最后一个方向是印象管理的时间性质。就目前的研究来看,虽然求职者通常参加多次面试,印象管理研究通常只要求被试评估在某一次面试中他们使用印象管理的情况,或在普遍的面试经历中的印象管理使用情况(e.g., Buehl & Melchers, 2017)。Roulin & Bourdage (2017)在面试研究中调查了应聘者的印象管理使用情况,发现从时间维度上讲,不同应聘者的印象管理的使用在很大程度上是不同的,并且应聘者的个体差异导致了这种不同:例如,已经病态地热衷于印象管理的应聘者使用愈发多的印象管理。这表明应聘者的作假行为可能是动态的。未来的研究应该继续探索不同面试情境中印象管理,以及跨时间印象管理使用的动态过程。

## 参考文献

崔璨, 时雨, 邱孝一, 时勤(2013). 应聘者印象管理研究进展. *心理与行为研究*, 11(5), 707-713.

- 黎恒(2003). 应聘者印象管理策略对考官评价影响的实证研究. *人类工效学*, 9(1), 15-18.
- 骆方, 刘红云, 张月(2010). 应聘情境下作假识别量表的开发. *心理学报*, 42(7), 791-801.
- Baumeister, R. F. (1982). A Self-Presentational View of Social Phenomena. *Psychological Bulletin*, 91, 3-26. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.91.1.3>
- Baumeister, R. F. (1989). Motives and Costs of Self-Presentation in Organizations. In R. A. Giacalone, & P. Rosenfeld (Eds.), *Impression Management in the Organization* (pp. 57-73). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Bolino, M. C., Long, D., & Turnley, W. (2016). Impression Management in Organizations: Critical Questions, Answers, and Areas for Future Research. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 377-406. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062337>
- Bourdage, J. S., Roulin, N., & Tarraf, R. (2015). Further Validation of the Interview Honest Impression Management Measure. *Paper Presented at the 30th Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology*, Philadelphia, PA.
- Bozeman, D. P., & Kacmar, K. M. (1997). A Cybernetic Model of Impression Management Processes in Organizations. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 69, 9-30. <https://doi.org/10.1006/obhd.1996.2669>
- Bradley, K. M., & Hauenstein, N. M. (2006). The Moderating Effects of Sample Type as Evidence of the Effects of Faking on Personality Scale Correlation and Factor Structure. *Psychology Science*, 48, 313-335.
- Buehl, A. K., & Melchers, K. G. (2017). Individual Difference Variables and the Occurrence and Effectiveness of Faking Behavior in Interviews. *Frontiers in Psychology*, 8, 686. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00686>
- Buehl, A. K., Melchers, K., Macan, T., & Kühnel, J. (2019). Tell Me Sweet Little Lies: How Does Faking in Interviews Affect Interview Scores and Interview Validity? *Journal of Business and Psychology*, 34, 107-124. <https://doi.org/10.1007/s10869-018-9531-3>
- Chen, C. C., Yang, W. F., & Lin, W. C. (2010). Applicant Impression Management in Job Interview: The Moderating Role of Interviewer Affectivity. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*, 83, 739-757. <https://doi.org/10.1348/096317909X473895>
- Delery, J. E., & Kacmar, K. M. (1998). The Influence of Applicant and Interviewer Characteristics on the Use of Impression Management. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1649-1669. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01339.x>
- Derous, D. (2017). Ethnic Minorities' Impression Management in the Interview: Helping or Hindering? *Frontiers in Psychology*, 8, 86. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00086>
- Ellis, A. P., West, B. J., Ryan, A. M., & DeShon, R. P. (2002). The Use of Impression Management Tactics in Structured Interviews: A Function of Question Type? *Journal of Applied Psychology*, 87, 1200-1208. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.6.1200>
- Ferris, G. R., & Judge, T. A. (1991). Personnel/Human Resources Management: A Political Influence Perspective. *Journal of Management*, 17, 447-488. <https://doi.org/10.1177/014920639101700208>
- Gilmore, D. C., Stevens, C. K., Harrell-Cook, G., & Ferris, G. R. (1999). Impression Management Tactics. In R. W. Eder, & M. M. Harris (Eds.), *The Employment Interview Handbook* (pp. 321-336). Thousand Oaks, CA: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781452205519.n18>
- Gioaba, I., & Krings, F. (2017). Impression Management in the Job Interview: An Effective Way of Mitigating Discrimination against Older Applicants? *Frontiers in Psychology*, 8, 770. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00770>
- Harris, K. J., Kacmar, K. M., Zivnuska, S., & Shaw, J. D. (2007). The Impact of Political Skill on Impression Management Effectiveness. *Journal of Applied Psychology*, 92, 278-285. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.1.278>
- Higgins, C. A., & Judge, T. A. (2004). The Effect of Applicant Influence Tactics on Recruiter Perceptions of Fit and Hiring Recommendations: A Field Study. *Journal of Applied Psychology*, 89, 622-632. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.4.622>
- Huffcutt, A. I., & Culbertson, S. S. (2011). Interviews. In S. Zedeck (Ed.), *APA Handbooks in Psychology®. APA Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Vol. 2. Selecting and Developing Members for the Organization* (pp. 185-203). Washington DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12170-006>
- Jansen, A., König, C. J., Stadelmann, E. H., & Kleinmann, M. (2012). Applicants' Self-Presentational Behavior: What Do Recruiters Expect and What Do They Get? *Journal of Personnel Psychology*, 11, 77-85. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000046>
- Kluger, A. N., & Colella, A. (1993). Beyond the Mean Bias: The Effect of Warning against Faking on Biodata Item Variances. *Personnel Psychology*, 46, 763-780. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1993.tb01568.x>
- Kristof-Brown, A. L., Barrick, M. R., & Franke, M. (2002). Applicant Impression Management: Dispositional Influences and Consequences for Recruiter Perceptions of Fit and Similarity. *Journal of Management*, 28, 27-46.

- <https://doi.org/10.1177/014920630202800103>
- Law, S. J., Bourdage, J. S., & O'Neill, T. A. (2016). To Fake or Not to Fake: Antecedents to Interview Faking, Warning Instructions, and Its Impact on Applicant Reactions. *Frontiers in Psychology, 7*, 1771. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01771>
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin, 107*, 34-47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Levashina, J., & Campion, M. A. (2006). A Model of Faking Likelihood in the Employment Interview. *International Journal of Selection and Assessment, 14*, 299-316. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2006.00353.x>
- Levashina, J., & Campion, M. A. (2007). Measuring Faking in the Employment Interview: Development and Validation of an Interview Faking Behavior Scale. *Journal of Applied Psychology, 92*, 1638-1656. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1638>
- Macan, T. H. (2009). The Employment Interview: A Review of Current Studies and Directions for Future Research. *Human Resource Management Review, 19*, 203-218. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2009.03.006>
- Martin, B. A., Bowen, C.-C., & Hunt, S. T. (2002). How Effective Are People at Faking on Personality Questionnaires? *Personality and Individual Differences, 32*, 247-256. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(01\)00021-6](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00021-6)
- McFarland, L. A., Ryan, A. M., & Kriska, S. D. (2003). Impression Management Use and Effectiveness across Assessment Methods. *Journal of Management, 29*, 641-661. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(03\)00030-8](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00030-8)
- Morrison, E. W., & Bies, R. J. (1991). Impression Management in the Feedback-Seeking Process: A Literature Review and Research Agenda. *Academy of Management Review, 16*, 522-541. <https://doi.org/10.2307/258916>
- Mueller-Hanson, R. A., Heggstad, E. D., & Thornton III, G. C. (2006). Individual Differences in Impression Management: An Exploration of the Psychological Processes Underlying Faking. *Psychology Science, 48*, 288-312.
- Peck, J. A., & Levashina, J. (2017). Impression Management and Interview and Job Performance Ratings: A Meta-Analysis of Research Design with Tactics in Mind. *Frontiers in Psychology, 8*, 201. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00201>
- Posthuma, R. A., Morgeson, F. P., & Campion, M. A. (2002). Beyond Employment Interview Validity: A Comprehensive Narrative Review of Recent Research and Trends over Time. *Personnel Psychology, 55*, 1-81. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2002.tb00103.x>
- Roberts, L. M. (2005). Changing Faces: Professional Image Construction in Diverse Organizational Settings. *Academy of Management Review, 30*, 685-711. <https://doi.org/10.5465/amr.2005.18378873>
- Roulin, N. (2016). Individual Differences Predicting Impression Management Detection in Job Interviews. *Personnel Assessment and Decisions, 2*, 1-11. <https://doi.org/10.25035/pad.2016.001>
- Roulin, N., & Bourdage, J. S. (2017). Once an Impression Manager, Always an Impression Manager? Antecedents of Honest and Deceptive Impression Management Use and Variability across Multiple Job Interviews. *Frontiers in Psychology, 8*, 29. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00029>
- Roulin, N., Bangerter, A., & Levashina, J. (2015). Honest and Deceptive Impression Management in the Employment Interview: Can It Be Detected and How Does It Impact Evaluations? *Personnel Psychology, 68*, 395-444. <https://doi.org/10.1111/peps.12079>
- Roulin, N., Bourdage, J. S., & Tarraf, R. (2014). Initial Development of a Measure of Honest Impression Management in the Employment Interview. *Academy of Management Proceedings, 2014*, Article ID: 15660. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2014.15660abstract>
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression Management: The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole Publishing Company.
- Snell, A. F., Sydell, E. J., & Lueke, S. B. (1999). Towards a Theory of Applicant Faking: Integrating Studies of Deception. *Human Resource Management Review, 9*, 219-242. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(99\)00019-4](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(99)00019-4)
- Stevens, C. K., & Kristof, A. L. (1995). Making the Right Impression: A Field Study of Applicant Impression Management during Job Interviews. *Journal of Applied Psychology, 80*, 587-606. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.80.5.587>
- Stevens, C. K., Mitchell, T. R., & Tripp, T. M. (1990). Order of Presentation and Verbal Recruitment Strategy Effectiveness. *Journal of Applied Social Psychology, 20*, 1076-1092. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1990.tb00391.x>
- Von Baeyer, C. L., Sherk, D. L., & Zanna, M. P. (1981). Impression Management in the Job Interview: When the Female Applicant Meets the Male (Chauvinist) Interviewer. *Personality and Social Psychology Bulletin, 7*, 45-51. <https://doi.org/10.1177/014616728171008>
- Wayne, S. J., & Liden, R. C. (1995). Effects of Impression Management on Performance Ratings: A Longitudinal Study. *Academy of Management Journal, 38*, 232-260.
- Wilhelmy, A., Kleinmann, M., König, C. J., Melchers, K., & Truxillo, D. M. (2016). How and Why Do Interviewers Try to

Make Impressions on Applicants? A Qualitative Study. *Journal of Applied Psychology*, 101, 313-332.  
<https://doi.org/10.1037/apl0000046>

Zerbe, W. J., & Paulhus, D. L. (1987). Socially Desirable Responding in Organizational Behavior: A Reconception. *Academy of Management Review*, 12, 250-264. <https://doi.org/10.5465/amr.1987.4307820>