

沟通媒介对应聘者印象管理策略的影响

潘陆山^{1,2}, 范巍^{2,3}, 符建春^{2,3}

(浙江大学 1. 管理学院; 2. 人力资源与战略发展研究中心; 3. 心理与行为科学学系, 杭州 310058)

摘要:相对于传统测评,电子测评是近二十年来发展起来的新型测评方式。在过去的二十年里,有越来越多的研究者开始关注电子测评中考生的印象管理策略。本文总结了两类电子测评中印象管理研究的视角:线索滤失观与社会影响观,并基于这两类观点总结了媒介因素对应聘者印象管理策略的影响,比较了这两类观点对结论的不同解释,并进行了未来研究的展望。

关键词:电子测评;印象管理;线索滤失观;社会影响观

中图分类号:F272.92 **文献标志码:**A

印象管理(impression management, IM)是一种影响他人如何看待自己的手段,每个个体都试图控制自己留给他人的印象。从20世纪50年代开始,印象管理现象开始受到社会心理学家的关注,在短短的半个世纪中,有关印象管理的研究在社会学、心理学、组织学、管理学和沟通学领域中得到迅速的发展。

同时,电子测评技术在组织管理、人才选拔方面的应用与日俱增。其中一个重要的原因是因为许多研究者相信电子测评技术能够降低考生的社会称许性,即能够减少为了给考官留下更好的印象,而采用印象管理策略夸大事实的倾向^[1]。研究者认为自我汇报和个性测量问卷中,考生表现出的社会称许性非常广泛,并且会影响测验的准确性^[2]。而相对于传统纸笔测评与面试,电子测评技术被认为能够减少社会称许性,使得测量结果具有更好的效度。

然而,Lautenschlager与Flaherty在他们的研究中发现,考生在电子背景下比在纸笔时表现出更多的社会称许性行为^[3]。根据这个研究,Lautenschlager与Flaherty提出电子测评可能会增加考生采用印象管理的倾向。同时,许多研究者也对电子测评能够降低考生社会称许性的结论提出了质疑^[4]。

围绕这个问题,许多研究者对电子测评中的印象管理提出了不同的实证结论,并且提出了不同的

理论模型来解释这些现象,总结近30年来的文献,主要可分为:①基于任务导向的研究,即线索滤失观,包括社会表征理论(social presence theory)、缺乏社会线索假设(lack of social context cues hypothesis)等。②基于社会情绪导向的研究,即社会影响观,包括社会信息加工理论(social information processing theory)及各种社会影响考生印象管理策略的理论。

1 基于任务导向的研究——线索滤失观

早期对电子测评中印象管理策略的研究主要聚焦于电子环境多大程度上改变或拒绝了重要的信息线索和来源。最初的数据倾向于支持电子媒介更适合应用于客观的任务导向的沟通内容。支持线索滤失观的理论主要有两个:社会表征理论和缺乏社会线索假设。

1.1 社会表征理论

社会表征理论由Short, Williams & Christie等人于1976年提出,认为不同的媒介会引发人们接收这些媒介信息时的不同感知(perception),如,利用电话和书信将信息传给同一个人,这个接受者的感知绝对是不一样的。此派学者将媒介区分为“高度社会表征”与“低度社会表征”,区隔的条件有:个人化/非个人化、社交/非社交、冷/热、敏感/不敏感

收稿日期:2007-01-26

基金项目:国家自然科学基金重点项目(70232010);国家自然科学基金(70602015);教育部“高等学校博士学科点专项科研基金”资助项目(20060335127)

作者简介:潘陆山(1983-),男,浙江新昌人,浙江大学管理学院博士研究生,主要研究方向:人事测评与组织行为。

等。而面对面可以传递最丰富的人际信息,因此被划归为最“高度社会表征”的媒介。

Martin 和 Nagao 提出应聘者的行为会受到考官的言语和非言语信息的影响。同时,应聘者的非言语行为显著影响面试印象与考官的录用决策。因此,应聘者将通过考官对自己的行为反应来进行印象管理^[1]。例如,考官的反应较为冷淡可能使得应聘者表现得更为努力,相应地,采取更高的印象管理行为。

依据社会表征理论的思路,通过电子媒介沟通可能会影响考官对考生印象的构建,但产生这些影响的原因却一直众说纷纭。Vian 和 Johansen 提出与面对面沟通相比,在电子媒介沟通中缺乏清楚丰富的社会表征,从而会改变考官对考生的评价方式。DeSanctis 和 Gallupe 推测在电子媒介沟通的过程中,由于考生与考官间地理上距离的增加将使得他们之间的人际吸引力大大降低。大量的实验研究发现,电子媒介沟通中,参与者表现得更加任务导向,使得参与者间很难构建清晰的印象。同时,也有研究指出电子媒介沟通中的情感沟通往往是消极和敌意的。

1.2 缺乏社会线索假设

缺乏社会线索假设由 Sproull 与 Kiesler 首先在其研究中提出的。此研究并未被纳入 Fulk 对于电子沟通的研究架构中,但此假说的价值在于将“匿名”产生的效应视为电子沟通的重点。“匿名”的效果包括:激起(flaming),非抑制(inhibited),平等(equality),去个人化(depersionalised)等。在电子沟通的环境中,社会线索,如社会地位线索或非语言线索等,会减弱或消失,因此,人们在表达意见时,会更为解放、趋于自由且意见的交流较为平等,整个组织阶层的区分也不再是那么清楚划分。但是,当人们想要透过媒介发展人际关系时,面对面的信道仍然是最有用的,因为电子沟通中呈现的人际情绪比较负面,容易有争执^[5]。此派研究虽然又衍生出分歧的研究,且各家说法不一,却是电子沟通的重要里程碑。

基于“缺乏社会线索假设”,Dubrovsky, Kiesler 和 Sethna 指出由于电子沟通降低了考生的紧张程度和考官对其回答的反馈,从而降低了考生的自我知觉。因此,这将使得本应处于弱势或者在实际中较为害羞的考生比在面对面面试中,进行更多沟通,提出更多的想法。研究者对这一现象的解释是电子测评具有更高的匿名性,使得应聘者认为评价过程

更为客观,更为保密^[6]。

从研究结果来看,“匿名”会让应聘者在电子情境中更自由、更无顾忌地表达想法、意见,包括经历、行为倾向等等都会比面试更为真实。而上下阶层的关系界线会变得模糊,组织的权威在这样一个互动环境中比起面对面要来得少,关系的平等便彰显出来。然而,既然电子情景较缺乏规范,更多自我揭露(self-disclosure)、真实的信息就会变得更多。

另一种影响社会认知的因素包括电子测评系统的同步性或异步性。许多研究采用同步系统,即要求考生与考官同时登录测评系统进行评价。相对于异步的电子测评系统,同步系统可能更加类似于面对面面试,而在实际应用中则更多采用异步系统。而研究者则提出系统缺乏同时性可能会影响应聘者尝试调整他的语速和了解面试者的反应,从而影响应聘者采用印象管理策略^[7]。

与社会表征理论相似地,“缺乏社会线索假设”仍认为电子媒介沟通缺乏足够的信息来构建印象。虽然有一个研究及之后两个综述提出电子沟通媒介并不影响沟通者之间传递积极或消极的情绪,但是他们关于社会线索缺乏的理论基础并没有改变。由于电子媒介沟通中,沟通者间缺乏社会信息沟通,因此需要依靠认知反应来形成完整的印象。

相对于线索滤失观点关注于印象管理相关信息的缺失,最近的理论对其中隐含的技术决定论提出了置疑,并开始关注应聘者自身的印象管理策略。其中,对线索滤失观点最具挑战的理论是社会信息加工理论。

2 基于社会情绪导向的研究——社会影响观

社会影响模式的研究分为“社会信息加工理论”、“社会影响”及其它相关主题。研究认为人们选择电子沟通的因素,会被组织文化、组织阶层的网络和关系网络所影响,媒介的选择与使用行为是一种“社会建构的认知因素”。尽管电子沟通媒介中有减少人际线索的效应,对于传递复杂信息的能力也不足以和面对面相比较,组织或人们却仍然会采用电子沟通来决策、传播重要的信息。其中,同事与主管对于组织中的媒介行为扮演了相当重要的角色。这也意味着,当人们使用同样的符号系统时(symbolic system),通常会产生相类似的行为模式与文化,对于这点,媒介选择理论视媒介特征为媒介选择原因的说法并不能有合理解释。

社会信息加工理论认为电子媒介不仅仅简单地减少或拒绝印象管理相关的信息,更重要的是影响了互动过程中此类信息的交互频率。在电子测评中,应聘者被认为会采取更为主动的印象管理策略。与面对面面试相比,电子测评中最初的考生印象可能不够完整,但这种互动重复多次之后,考官对应聘者的印象会因得到了相关的信息而变得丰满。在 Walther 的一个研究中,将电子环境与面对面时的印象管理绩效进行了对比。正如其预测的那样,在第一轮互动之后,相对于面对面互动,电子环境下的管理绩效较低,但到第三轮互动结束之后,电子环境与面对面时的印象管理绩效已经非常接近^[8]。

在电子测评中,时间压力可能优先于印象构建中的社会认知模式和构建印象的人际沟通,而成为影响考生印象管理的主要因素。由于在电子沟通中,需要将信息输入进计算机,因此,相对于面对面沟通,在相同时间内发送更少的信息。相应地,如果时间充分,两种沟通方式中,沟通双方所传递的信息并没有差异。

因此,最近对电子情景中匿名性的研究认为电

子测评并不一定是一个比面对面互动还要平等的方式。具有较高社会地位的参与者对于其余参与者仍具有较多的控制权,并且也可以打断他人的自由与平等。而且,一向被认为可以减弱人际阶层界线的文字语言线索,因为使用者运用的方式、沟通时间,而使的人际地位、权力、威权等,也会随之透露^[9]。

社会信息加工理论的核心假设是不同的沟通媒介之间的沟通与信息频率是不同的。这个观点不仅仅适合于任务相关的信息,同时也适合于辨识信息与相关信息。在面对面面试中,考生与考官可以通过非语言特征,例如,表情和声音来建立最初的印象。当存在这些信息时,沟通者将依赖其来构建印象。正如线索缺失观点的研究者所说的那样,在电子沟通中缺乏这类信息。然而,他们忽略了言语信息同样也有能力传递个性与态度特征。当非语言信息缺失导致印象管理失败时,言语信息将起到补偿的作用。

表 1 比较了上述两种研究观点在理论基础、研究方法、主要结论与结论解释上的异同点。

表 1 线索缺失观与社会影响观的比较

	任务导向—线索缺失观	社会情景导向—社会影响观
理论基础	1. 社会表征理论 2. 缺乏社会线索假说 3. 媒介丰富理论	1. 社会信息加工理论
研究方法	1. 大部分研究背景为实际的企业,进行现场研究,一部分研究的样本为学生,采用实验室研究。 2. 大部分研究,时间少于一个小时。 3. 大部分研究采用同步系统进行。	1. 大部分研究被试是学生,采用实验室研究,一部分研究背景为实际企业,进行现场研究。 2. 很少研究,时间少于一个小时,很多研究甚至持续几个星期。 3. 一部分研究采用同步系统,很多研究采用异步系统。
主要结论	1. 电子测评技术被认为能够减少社会称许性,使测量更有效度。 2. 电子媒介沟通会影响考官与应聘者印象的构建,使得两者间很难构建清晰的印象。	1. 考生在电子背景下比在纸笔时表现出更多的社会称许性行为。 2. 电子媒介不仅仅简单地减少或拒绝印象管理相关的信息,更重要是影响了互动过程中此类信息的交互频率。
结论解释	1. 不同的媒介会引发人们接收这些媒介信息时的不同感知。 2. 社会线索或非语言线索缺失。	1. 信息交互频率。 2. 时间压力。

3 以往研究总结与展望

以上陈述为人们提供了电子测评中印象管理研究的发展进程。电子媒介为招聘与选拔提供了一个能够跨越时间与空间的沟通渠道,缺乏非语言线索或匿名,并非印象构建的阻碍,时间压力可能优先于

印象构建中的社会认知模式和构建印象的人际沟通,而成为影响考生印象管理的主要因素。

在电子测评中,应聘者与考官间的文字、语言线索或异步信息仍旧会传送情感、接近性和紧密联系。缺乏社会线索的表达不会再是印象构建的障碍,相反地,人们可以专注于他所想的事情并将它适度表

达^[10]。当这些文字语言信息呈现在计算机屏幕上后,就会产生如同 Walther 张的社会信息处理过程,解读者进行对文字语言的诠释,而后形成认知。借着这个步骤,考官可以了解要应聘者内心的想法,累积人际间的认识,不需要透过非语言线索与经由面对面接触形成印象。

Richman 等在他们的元分析中提出,在电子测评中,考生的社会称许性行为显著少于面试中,特别是涉及到较为敏感的问题时,这个差异更大。他们认为时间的压力与社会情景线索的缺失是直接降低社会称许性行为的主要原因,同时,他们总结到应聘者对电子媒介的高满意度也是使应聘者愿意更真实地回答选拔问题的原因^[6]。

在对近期研究回顾的基础上,作者认为,对以下三个方面的进一步探讨,将有助于我们更好的了解媒介对应聘者印象管理策略的影响:

首先,大部研究都隐含着—个假设,即考生对隐私的知觉与表现的社会称许性行为存在简单线性关系。然而, Richman 等提出考生的印象管理策略与其对自我的描述的关系可能是非线性的^[6]。也就是说,考生为自己提出过多的优点也许并不能够使考官构建良好的印象。因此,有策略的印象管理者会提供恰当的自我描述,而非越多越好。

其次,很少有研究在真实的测验情景下,测量电子测评中印象管理策略。有研究者提出,只有在真实的测验情景下,被试才会积极地进行印象管理。然而,大部分对电子背景下印象管理的研究都没有为被试提供清楚的个体成果。Wilkerson, Nagao 和 Martin 采用一个角色扮演测验来操作测验的重要性;他们发现,相对于普通的调研,在工作选拔中考生更加倾向于采取印象管理策略。然而,笔者没能找到在真实测评情景中比较电子与纸质媒介中考生印象管理策略的文献。

第三,研究者很少细致地测量被试对电子测评中的匿名性,隐私保护等特征的感知程度。也很少将这些感知与具体的对情景或媒介的归因联系在一起。电子测评可能使得被试感知到匿名性和隐私得到保护,从而更愿意对敏感的问题提供诚实的回答。研究证据显示,至少在面试中通过电子媒介获得敏

感信息是一个可行的方法。然而,几乎没有研究关注电子媒介或情景的哪些方面能够增加被试对匿名性和隐私性的感知。大多数的研究只是提问被试是否对沟通媒介感到满意。

参考文献

- [1] MARTIN CL, NAGAO DH. Some Effects of Computerized Interviewing on Job Applicant Responses[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1989, 74(1): 72-80.
- [2] BOOTH-KEWLEY S, EDWARDS JE, ROSENFELD P. Impression Management, Social Desirability, and Computer Administration of Attitude Questionnaires: Does the Computer Make a Difference? [J]. *Journal of Applied Psychology*, 1992, 77(4): 526-566.
- [3] LAUTENSCHLAGER GJ, FLAHERTY VL. Computer Administration of Questions: More Desirable or More Social Desirability? [J]. *Journal of Applied Psychology*, 1990, 75(3): 310-314.
- [4] ROSENFELD P, GIACALONE RA, KNOUSE SB et al. Impression Management, Candor, and Microcomputer-based Organizational Surveys: An Individual Difference Approach[J]. *Computers in Human Behavior*, 1991, 7: 23-32.
- [5] FOX S, SCHWARTZ D. Social Desirability and Controllability in Computerized and Paper-and-Pencil Personality Questionnaires[J]. *Computer in Human Behavior*, 2002, 18: 389-410.
- [6] RICHMAN WL, KIESLER S, WEISBAND S et al. A Meta-Analytic Study of Social Desirability Distortion in Computer-Administered Questionnaires, Traditional Questionnaires, and Interviews[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1999, 84(5): 754-775.
- [7] WALTHER JB. Impression Development in Computer-mediated Interaction[J]. *Western Journal of Communication*, 1993, 57: 381-398.
- [8] BALTES BB, DICKSON MW, SHERMAN MP et al. Computer-mediated Communication and Group Decision Making: A Meta-Analysis[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2002, 87(1): 156-179.
- [9] WEISBAND SP, SCHNEIDER SK, CONNOLLY T. Computer-Mediated Communication and Social Information: Status Salience and Status Differences[J]. *Academy of Management Journal*, 1995, 38(4): 1124-1151.
- [10] SILVESTER J, ANDERSON-GOUGH FM, ANDERSON NR et al. Locus of Control, Attributions and Impression Management in the Selection Interview[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 2002, 75: 59-76.

(下转第 19 页)

源作为一个人口只有 63 万的小城市,科技投入排名第一;许昌、漯河分别为第二、第三;郑州排名第四;而新乡和平顶山的投入明显不足。在科技产出方面,虽然新乡科技投入不是很高,但其科技产出却位居第一,主要是由于新乡的科技转化能力很强,产出效率高;下面依次为郑州和许昌;相比之下,漯河和焦作的产出能力则差距较大,说明这些城市应该加强科技的产出能力,提高产出效率。

通过综合分析可知,各城市科技创新能力综合得分从大到小排序依次为郑州、济源、洛阳、新乡、许昌、焦作、漯河、平顶山、开封。郑州的科技创新综合能力得分为 1.338 分,排名第一,这是因为郑州不仅是河南的省会城市,而且也是河南的经济、文化中心。在科技创新方面,郑州有着比其他城市更优越的条件,不论在投入或是产出方面都应该走在前列;济源、洛阳、新乡在科技创新综合能力上仅次于郑州,发展潜力巨大;许昌、漯河、平顶山综合创新能力则排名靠后,尤其是在科技创新基础条件、科技投入方面应加大力度;开封科技创新综合能力得分为 -0.827,排名在最后。开封的农业比重高达 33.4%,还属于一个农业经济城市,因此开封在科技创新方面的各项指标均比较落后(除教育投入较大外)。开封要想加快由农业经济向工业经济的转变,必须要提高科技创新的综合能力。

5 结论

通过以上分析可以看到,利用主成分分析法不但可以从整体上对中原城市群的科技创新能力进行综合评价,而且还能从侧面反映出各个城市科技创新的优势和劣势。但是由于本文在研究和资料收集等方面有一定局限性,以上研究结果还存在许多不足。这需要在未来的研究中加强对相关数据的收集,尤其是对城市科技创新能力的跟踪调查,并借鉴国际通行的科技统计标准,使对城市的科技创新能力评价更趋科学性、客观性。

参考文献

- [1]李廉水.论完善南京科技创新体系的依据与思路[J].科技与经济,2002(1):9-12.
- [2]沈菊华.我国区域科技创新能力评价体系的研究与应用[J].经济问题,2005(8):27-29.
- [3]李宗璋,林学军.科技创新能力综合评价方法探讨[J].科学管理研究,2002(5):8-11.
- [4]范柏乃.城市技术创新瓶颈——区域技术创新研究的一个新视角[M].北京:机械工业出版社,2003.
- [5]方秀文.广东省区域科技创新能力综合评价[J].中国科技论坛,2005(5):25-26.
- [6]河南统计局.河南统计年鉴(2004)[M].北京:中国统计出版社,2005.
- [7]何小群.现代统计分析方法与应用[M].北京:中国人民大学出版社,1998.

Analysis and Evaluation of Principal Component of Regional S&T Innovation Capability

YANG Yan-ping

(Management School, Henan University of Technology, Zhengzhou 450052, China)

Abstract: The paper reviewed and summarized regional S&T innovation capability, and established a comprehensive index system of S & T innovation capability from four factors of S&T foundation, input, output and contribution. The article selects nine sample cities and firstly analyzed the S&T innovation capability of central urban agglomerates by the Principal component analytical method. And then a comprehensive analysis on S & T innovation capability of individual city is carried out by ranking and comparison.

Key words: the central plain urban agglomerations; S & T innovation capability of regional; principal component analysis; evaluation

(上接第 23 页)

The Effect of Media on Applicant Impression Management in Computer-based Assessment

PAN Lu-shan^{1,2}, FAN Wei^{2,3}, FU Jian-chun^{2,3}

(1. School of Management; 2. Center for Human Resource and Strategic Development;

3. College of Psychology and Behavior Science, Zhejiang University, Hangzhou 310058, China)

Abstract: Compared with other media, computer-based assessment is a relatively new mode of assessment that has emerged in the past two decades. In the past decade, there have been a growing number of researches on applicant impression management in computer-based assessment. There are two dominant views of impression management in computer-based assessment; the task-oriented and the social-emotion-oriented. This review discusses the effect of media on applicant impression management in computer-based assessment from these two views. Results indicate that both views emphasize different aspect of the effect on applicant impression management. Suggestions for future research are proposed in order to more clearly identify the effect of media on applicant impression management in computer-based assessment.

Key words: computer-based assessment; impression management; task-oriented; social-emotion-oriented