



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

**Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata  
(FISPPA)**

**Corso di laurea Magistrale in  
PSICOLOGIA SOCIALE, DEL LAVORO E DELLA  
COMUNICAZIONE**

**Tesi di Laurea Magistrale**

**Falsificazione delle interviste di selezione: uno studio  
sperimentale**

**Faking selection interviews: an experimental study**

*Relatore*

**Prof. Michelangelo Vianello**

*Correlatrice esterna*

**Prof.ssa Arianna Palmieri**

**Laureando: Fabio Michele De Nicolo**

**Matricola: 1231500**

Anno Accademico 2021/2022



## Sommario

### *Abstract*

<i>Introduzione</i> .....	1
<b>Capitolo 1 – Che cos'è la selezione del personale?</b> .....	<b>4</b>
1.1 – <i>La selezione del personale come strumento di gestione strategica delle risorse umane</i> .....	8
1.2 – <i>Misurare l'efficacia di una selezione</i> .....	12
1.3 – <i>I metodi della selezione del personale: l'intervista di selezione</i> .....	17
<b>Capitolo 2: Studi sul comportamento di finzione e sulla gestione ingannevole delle impressioni</b> .....	<b>22</b>
2.1 – <i>I comportamenti di falsificazione nei colloqui di selezione del personale</i> .....	23
2.1.1 – <i>Modelli teorici sulla falsificazione</i> .....	28
2.2 – <i>Il riconoscimento della falsificazione (lie detection)</i> .....	33
2.3 – <i>Caratteristiche del candidato correlate alla falsificazione</i> .....	35
2.4 – <i>Falsificabilità e validità predittiva</i> .....	48
2.5 – <i>Formato del colloquio</i> .....	50
2.6 – <i>Caratteristiche dell'intervistatore</i> .....	51
2.7 – <i>Fattori culturali</i> .....	51
2.8 – <i>Fattori contestuali</i> .....	52
2.9 – <i>Una procedura per la riduzione dei tentativi di falsificazione durante l'intervista di selezione</i> .....	53
2.10 – <i>Credenze stereotipiche sull'inganno</i> .....	58
2.10.1 – <i>Gestione ingannevole dell'impressione e linguaggio non verbale</i> .....	66
2.10.2 – <i>Aspetti metodologici</i> .....	84
2.11 – <i>Presentazione dello studio e delle sue ipotesi</i> .....	89
<b>Capitolo 3. La ricerca empirica</b> .....	<b>94</b>
3.1 – <i>Disegno di ricerca</i> .....	94
3.2 – <i>Partecipanti</i> .....	95
3.3 – <i>Procedura</i> .....	96
3.4 – <i>Misure</i> .....	99
3.5 – <i>Risultati</i> .....	106
3.6 – <i>Discussione</i> .....	136
3.6.1 – <i>Implicazioni teoriche</i> .....	136
3.6.2 – <i>Implicazioni pratiche</i> .....	147
3.7 – <i>Conclusioni</i> .....	153
<b>Bibliografia</b> .....	<b>156</b>



## **Abstract**

L'utilizzo da parte dei candidati di informazioni poco veritiere e fraudolente comporta, per le organizzazioni, un aumento dei costi relativi alla gestione del personale. A tal proposito, nel corso del tempo, la letteratura sulla falsificazione si è focalizzata principalmente sui test di personalità, sottostimandone l'importanza all'interno del colloquio di selezione, uno strumento fortemente utilizzato per qualsiasi posizione lavorativa. Questo studio ha indagato come la personalità dei candidati influenza il comportamento di finzione (faking) nelle interviste mediate dalla tecnologia. Inoltre, abbiamo determinato sperimentalmente l'efficacia di un avviso di identificazione finalizzato a ridurre i comportamenti di falsificazione.

Sono state utilizzate due tecniche per misurare la falsificazione, quella dei Bogus Items che rappresenta la misura oggettiva del comportamento e una soggettiva rappresentata da un questionario self-report (Interviews faking behavior di Levashina & Campion, 2007). Per verificare l'efficacia di un avviso di identificazione, i partecipanti sono stati assegnati in maniera randomizzata a una condizione di controllo e a una sperimentale. Solo questi ultimi hanno ricevuto un avviso di identificazione che li invitava a una maggiore trasparenza ed onestà.

I risultati dello studio suggeriscono che l'avviso di identificazione riduce i comportamenti oggettivi di falsificazione (Bogus items) e aumenta l'onestà dei partecipanti nella compilazione della IFB. Rispetto al gruppo di controllo, coloro che hanno ricevuto l'avviso tendono a segnalare maggiormente le tecniche assertive e difensive utilizzate nel corso dell'intervista. Inoltre, abbiamo osservato che l'avviso di identificazione annulla la relazione tra ansia per l'intervista e l'utilizzo di strategie di falsificazione.

Le principali implicazioni a livello pratico suggeriscono l'utilizzo di un avviso di identificazione sia auspicabile all'interno dei colloqui di selezione in quanto influenza la norma morale del singolo candidato inducendolo a una maggiore onestà, diminuendo il suo comportamento oggettivo di falsificazione e incrementando la sua motivazione all'intervista.

Per quanto riguarda la ricerca, se i risultati di questo studio fossero riprodotti, sarebbe auspicabile che futuri disegni sperimentali si avvalgano dell'applicazione di una misura oggettiva di comportamento di falsificazione come i Bogus items, al fine di poter interpretare al meglio i comportamenti dei partecipanti in funzione dei self-report somministrati per la misura della costruzione dell'immagine, che risultano essere dipendenti dal livello di onestà dei candidati. In questo modo, i risultati ottenuti all'interno della ricerca potrebbero indirizzare al meglio la pratica professionale.



## **Introduzione**

L'American Management Association (2008) ha stimato che, annualmente, i costi associati all'assunzione di candidati con un profilo indesiderato sono 1,4 volte lo stipendio annuale di un dipendente, e aumentano all'aumentare della qualifica dei lavoratori. La scelta del candidato meno adatto può essere causata da processi sub-ottimali di selezione del personale che portano a adottare misure poco attendibili o poco valide nel predire la performance. Tuttavia, anche un processo ben studiato rischia di essere poco valido se i candidati adottano comportamenti tesi a falsificare la prova (faking behavior). Da una recente review (Melchers, Roulin & Buehl, 2020), emerge che il faking nelle interviste è adottato dalla maggioranza dei candidati, con alta variabilità attraverso gli studi condotti. Contemporaneamente, la letteratura evidenzia una generalizzata incapacità dell'intervistatore di identificare i tentativi di faking (Bond & De Paulo, 2006), probabilmente causata dall'utilizzo errato degli indicatori di menzogna. Infatti, le persone tendono a considerare indici di menzogna comportamenti come l'evitamento del contatto oculare diretto e l'irrequietezza, che non sono maggiormente frequenti in chi mente, invece di considerare validi indicatori di inganno come la mancanza di dettagli e le contraddizioni (Vrij, Granhag, Porter, 2010). Si è inoltre osservato che le tecniche di faking sono maggiori in alcuni individui. Nello specifico, maggiori comportamenti di faking si sono osservati negli individui con bassa integrità morale, alto nevroticismo e alti livelli di alcuni tratti sub-clinici di personalità quali la psicopatia, il machiavellismo e il narcisismo. Non esistono attualmente indicazioni chiare su come ridurre gli effetti negativi del faking sulla validità dei colloqui di selezione condotti a distanza attraverso sistemi di videoconferenza. A tal fine, questo studio adotta un disegno sperimentale per testare l'efficacia di una procedura che in passato è risultata utile nel ridurre il faking

nella somministrazione di test online (Landers, Sackett & Tuzinski, 2011). Testeremo inoltre se l'efficacia di questo messaggio nel controllo del faking durante l'intervista di selezione a distanza è moderata da alcuni tratti di personalità che sono risultati correlati al faking.

Inoltre, l'evidenza empirica sulla relazione tra mediazione tecnologica delle interviste e faking è estremamente ridotta e a volte contraddittoria. Per questo motivo, intendiamo stimare la falsificabilità dei colloqui di selezione condotti a distanza attraverso sistemi di videoconferenza. Il disegno di ricerca che intendiamo realizzare consiste nell'assegnare i soggetti sperimentali (studenti di psicologia clinica) a due condizioni. Nella condizione sperimentale, prima di iniziare l'intervista di selezione, ogni partecipante verrà avvertito della possibilità di poter identificare e individuare i loro tentativi di faking. Ci aspettiamo che i soggetti in questa condizione manifestino minori comportamenti di faking, che sarà misurato sia attraverso scale self-report al termine dello studio, sia attraverso l'osservazione sistematica del comportamento verbale e non verbale da parte di giudici indipendenti. In entrambi i gruppi sperimentali, ai soggetti sarà offerta la possibilità di partecipare a una simulazione di colloquio di lavoro utile a prendere confidenza in vista dell'ingresso nel mercato del lavoro. Al candidato assunto sarà offerto un premio in denaro. A tutti i candidati sarà fornito un feedback personalizzato sulla loro prestazione e degli stimoli per il miglioramento. Prima dell'intervista, si proporranno a tutti i soggetti alcune misure di controllo (attrattività dell'organizzazione, competitività percepita, motivazione, ansia da prestazione, onestà–umiltà, dark triad). Dopo l'intervista, a tutti i soggetti sarà presentata la scala di gestione della propria immagine (Faking interview Behaviour di Levashina e Campion; 2007).



## Capitolo 1 – Che cos'è la selezione del personale?

Walter Dill Scott, nel suo discorso presidenziale avvenuto nel 1919 all'APA disse: *“il più grande risultato dei membri dell'American Psychological Association è l'istituzione della psicologia delle differenze individuali”* (Scott, 1920, p. 85). La storia della selezione e valutazione del personale non può prescindere da quella della psicologia scientifica e dall'importanza delle differenze individuali; l'accurata misurazione delle di queste è un aspetto centrale per un approccio scientifico alla selezione del personale. La selezione del personale è stata fondamentale per lo sviluppo della psicologia industriale ed organizzativa e continua ad essere un'attività molto importante per gli psicologi che operano all'interno di questo ambito. Un evento fondamentale per la psicologia scientifica fu l'istituzione nel 1879, da parte di Wundt, del primo laboratorio di psicologia sperimentale, all'interno del quale venivano formati gli psicologi che successivamente avrebbero diffuso la nuova scienza in altri paesi. Due dei suoi studenti, Hugo Münsterberg e Walter Dill Scott, giocarono un ruolo di primo piano nell'applicazione della psicologia all'interno dei contesti organizzativi, compreso nella selezione del personale. Un altro contributo fondamentale per la selezione del personale può essere ricercato all'interno del lavoro di James McKeen Cattell, che difese e valorizzò l'importanza delle differenze individuali e realizzò un lavoro di ricerca pionieristico sull'abilità cognitiva. Le due guerre mondiali contribuirono alla ricerca di un metodo scientifico relativo all'attività di selezione del personale e in particolare, questa esigenza iniziò a sentirsi durante la Prima guerra mondiale. Durante questo periodo, vennero implementati programmi di ricerca sulla selezione e sull'utilizzo dei test in tutto il mondo e gli psicologi cominciarono ad essere contattati per sviluppare strumenti in grado di poter facilitare il reclutamento di

forze armate (Vinchur & Koppes Bryan, 2004). Un esempio è il lavoro svolto da Yerkes che sviluppò i test chiamati Army Alpha per gli individui alfabetizzati e l'Army Beta per gli analfabeti o coloro che non parlavano la lingua inglese (Ferguson, 1962-65). Questi test ebbero un enorme successo, tanto da alimentare l'utilizzo all'interno delle aziende e organizzazioni commerciali dopo la fine della guerra (Katzell & Austin, 1992).

All'inizio degli anni '20, per dimostrare la validità del processo di selezione, furono svolti i primi studi incentrati sulla job analysis, sulla selezione del criterio appropriato e sull'identificazione delle capacità necessarie per il successo lavorativo. Questa enfasi ha portato all'individuazione di procedure per la creazione o la selezione di un test, questionari o scale di valutazione appropriate per misurare queste abilità e il confronto dei punteggi ottenuti dai test e dai criteri (Bingham & Freyd, 1926). Queste sequenze portarono allo studio della validità di criterio (Guion, 1976) e della validità incrementale (Vinchur et al., 2004).

Nell'ultima parte del decennio 1930 – 1939 vi fu un aumento dell'attività di selezione nell'esercito, in vista del Secondo conflitto mondiale. Sempre nel 1939, L'Employment Service degli Stati Uniti pubblicò il Dictionary of Occupational Titles (DOT), un elenco molto esteso di job Description, che nel 1990 è stato sostituito dalla sua versione digitale, O\*Net. Dopo la Seconda guerra mondiale vennero creati diversi enti di ricerca sulla selezione di cui i più importanti furono l'Army Research Institute (ARI), Navy Personnel Research e Development Center (NPRDC) e L'Air Force Human Resources Laboratory (AFHRL) (Katzell & Austin, 1992).

Uno degli strumenti di selezione più significativi utilizzato durante la Seconda guerra mondiale è stato l'assessment center. Questo sistema di valutazione è stato progettato per valutare l'adeguatezza dei candidati nel ricoprire incarichi manageriali, e quindi posizioni

di alto rango all'interno dell'esercito. Salgado, Anderson & Hülshager (2010) sostengono che la tecnica dell'assessment center che veniva utilizzata come sistema di promozione all'interno dell'esercito ungherese ha fatto da precursore alla sua versione moderna utilizzata da Americani, Inglesi e Tedeschi negli anni '20. Nel 1956, l'assessment center divenne oggetto di ricerca del Management Progress study, nel quale piccoli gruppi di persone venivano valutati attraverso l'utilizzo di diverse prove come test, dati anagrafici, interviste e work sample (Campbell & Grant, 1974); a seguito dei promettenti risultati ottenuti dalla sua convalida, gli assessment center vennero successivamente adottati da numerose grandi società (Hale, 1992).

Di fondamentale importanza è il lavoro svolto da Brogden (1946) sull'utilità delle procedure di selezione, uno dei criteri fondamentali che determina l'efficacia del processo di selezione. Ha creato un indice in grado di stabilire il ritorno economico per l'organizzazione ottenuto mediante tale procedura; le sue intuizioni hanno costituito la base per tutti i successivi lavori sull'analisi dell'utilità (Salgado, 2001). Un esempio fu il lavoro di Schmidt, Hunter, McKenzie e Muldrow (1979) sulla stima della deviazione standard del criterio in dollari. Invece, Flanagan (1954) introdusse la tecnica degli incidenti critici, che ebbe implicazioni importanti per la stesura delle Job Descriptions e per la valutazione delle prestazioni.

A seguito dello studio meta-analitico condotto da Frank Schmidt e John Hunter nel 1977, la prospettiva nel campo della selezione cambiò e venne considerato come una "grande innovazione" (Campbell, 2007, p. 453). Il paradigma dominante fino a quel momento era quello della "specificità situazionale" secondo cui la struttura fattoriale di ogni mansione è differente, per questo non è possibile generalizzare gli studi di validità da un compito all'altro. All'interno della loro metanalisi hanno dimostrato che gran parte della

variabilità degli indici di validità è dovuta principalmente a errori di campionamento, insieme ad altri artefatti statistici come l'inaffidabilità delle misure e il fenomeno della range restriction (Schmidt & Hunter, 1977) e non a differenze riconducibili alle caratteristiche del campione o della situazione (Hunter, Schmidt & Jackson, 1982).

Ulteriori studi importanti per la storia della selezione e valutazione del personale riguardano le meta-analisi condotte da Schmitt, Gooding, Noe & Kirsch (1984), che hanno esaminato gli studi di validità pubblicati tra il 1964 e il 1982, e quella di Hunter & Hunter (1984), scoprendo che i test di abilità cognitiva avevano una validità trasversale tra le occupazioni.

In passato, l'utilizzo dell'intervista di selezione e i test di personalità erano stati pesantemente criticati, ma durante gli anni '80 hanno fatto il loro ritorno. Alla fine di questo decennio, sono stati compiuti notevoli progressi nell'analisi dell'utilità e nella comprensione dei rating delle prestazioni lavorative, arrivando a un maggiore interesse per i test di integrità (Schmidt, Ones, & Hunter, 1992).

L'uso della meta-analisi ha continuato ad essere fondamentale per la letteratura sulla psicologia del lavoro. Quella di Barrick & Mount (1991) riguardante le dimensioni della personalità dei Big-Five scoprì valori importanti di validità per la dimensione della Coscienziosità. Schmidt & Hunter (1998) esaminando 85 anni di ricerca sulla validazione individuando come buoni predittori della performance lavorativa l'abilità mentale generale, il work sample, la peers evaluation, la dimensione della coscienziosità ripresa dai Big-Five, i test di integrità e le interviste strutturate (Vinchur et al., 2004).

### ***1.1 – La selezione del personale come strumento di gestione strategica delle risorse umane***

La gestione strategica delle risorse umane consiste nell'individuazione e collocazione delle risorse umane in modo tale da poter garantire un vantaggio competitivo all'organizzazione (Noe, Hollenbeck, Gerhart & Wright, 2010).

In relazione agli obiettivi e alla mission di un'organizzazione, ogni funzione presente al suo interno svilupperà una propria strategia specifica al fine di contribuire al raggiungimento degli obiettivi organizzativi. La selezione del personale si colloca all'interno di una delle quattro dimensioni strategiche presenti all'interno della funzione delle Risorse umane che sono: Staffing, definizione della struttura organizzativa, compensation e formazione (Bamberger & Phillips, 1991).

Lo staffing del personale all'interno delle organizzazioni rappresenta un'importante funzione nella gestione delle risorse umane, consiste nell'individuazione e nella collocazione di risorse umane, siano neoassunti o dipendenti che cambiano posizione e/o mansione lavorativa all'interno della stessa azienda o in una filiale, massimizzando le conoscenze, capacità e le abilità critiche garantendo a quest'ultima efficacia e vantaggio competitivo (Judge & Ferris, 1992).

La funzione strategica della selezione del personale rappresenta quindi un tentativo di identificare conoscenze, competenze, abilità e altre caratteristiche all'interno di un pool di candidati, permettendo di fare delle inferenze accurate sui possibili comportamenti, performance o risultati lavorativi attesi e selezionare il migliore tra i candidati alla posizione lavorativa (Schmitt, 2015).

La selezione del personale è un processo che in primis, implica l'identificazione delle caratteristiche che i soggetti dovrebbero avere per ricoprire efficacemente una posizione lavorativa, seguita dall'utilizzo di metodi e strumenti validi e attendibili per la loro misurazione (Sackett & Lievens, 2008). Nel definire le caratteristiche dei candidati, un aspetto imprescindibile della selezione risiede nella Job Analysis (Kammeyer – Mueller, 2015), una pratica che include una serie di attività di indagine e ricerca utili per scoprire e documentare la natura di un lavoro. Essa fornisce una base valutativa per i candidati grazie all'esame degli outcome lavorativi, che permette l'individuazione delle differenze individuali da dover misurare con il fine di poter separare i candidati adatti al lavoro da quelli che lo sono meno (Brannick, Cadle & Levine, 2012).

La meta-analisi condotta da Dierdorff & Wilson (2003) ha evidenziato come, all'interno della Job Analysis, le informazioni riguardanti la posizione lavorativa abbiano un'affidabilità inter-rater più alta per i compiti specifici ( $r=.77$ ) che per la valutazione di attività lavorative generalizzate ( $r=.61$ ). Voskuijl & Van Sliedregt (2002) nella loro meta-analisi che coinvolge 91 studi sull'affidabilità e quasi 3000 posti di lavoro, hanno stabilito come questa complessivamente sia bassa ( $r=.59$ ). Tuttavia, è possibile ottenere una migliore affidabilità (circa  $r=.70$ ) per i professionisti che ricavano le informazioni intervistando i titolari di una posizione oppure osservandone i comportamenti. Questa pratica risulta essere più affidabile ( $r=.62$ ) rispetto alla valutazione degli attributi del lavoratore ( $r=.49$ ). Metodi di selezione basati sulla Job Analysis ne migliorano la validità, tre meta-analisi hanno dimostrato che i test di personalità (Tett, Jackson & Rothstein, 1991), le interviste strutturate (Wiesner & Cronshaw, 1988) e i test di giudizio raggiungono coefficienti di validità maggiori se basati su una Job Analysis (Cook, 2009).

Facendo chiarezza sull'utilizzo del termine, diversi autori utilizzano il termine Job Analysis per descrivere le work activities e job specification per riferirsi alle caratteristiche che i lavoratori devono disporre per il successo lavorativo. Cascio (1991) ha proposto un'operazionalizzazione del termine Job Analysis definendo Job Description la parte che si riferisce alle work activities e Job Specification quella riguardante alle caratteristiche del lavoratore. La Job Description restituisce una descrizione della posizione lavorativa all'interno della quale è possibile elencare tutti i task della mansione che a sua volta possono essere raggruppati in differenti "duties" quando concorrono al raggiungimento di un obiettivo comune (Brannick et al., 2012). La sua stesura può avvenire mediante l'interrogazione dei responsabili della posizione che si è interessati a descrivere, dei loro dirigenti oppure consultando fonti di archivio come O\*Net, che permette di identificare quelli che sono i requisiti richiesti per lo svolgimento della mansione (Kammeyer – Mueller, 2015).

Il mondo del lavoro è ormai da tempo che sta subendo dei cambiamenti sempre più veloci, e l'approccio classico focalizzato sugli aspetti statici del lavoro viene sempre meno utilizzato in favore di uno che includa al suo interno la prospettiva dell'organizzazione, quindi i suoi obiettivi e le competenze comportamentali richieste a tutti i livelli dell'organizzazione (Campion, Fink, Ruggeberg, Carr, Phillips & Odman, 2011). In funzione delle mutevoli condizioni presenti nel mondo del lavoro, O\*Net viene sempre più riconosciuto come un database flessibile che contiene informazioni sui comportamenti lavorativi e sulle caratteristiche dei lavoratori, comprese le informazioni sulle variabili di personalità, variabili cognitive, variabili comportamentali e situazionali (Peterson, Mumford, Borman, Jeanneret & Fleishman, 1999). Da esso, è possibile ricavare degli elementi utili anche per la Job Specification che, come detto in precedenza,

comprende le caratteristiche che il lavoratore deve possedere per il raggiungimento del successo lavorativo. Quando l'obiettivo della Job Analysis è quello della selezione, comprenderne i requisiti richiesti alla persona è essenziale (Schmitt, 2015). Ci si riferisce in particolar modo alle KSAO, quindi alle conoscenze, competenze, abilità e altre caratteristiche utili allo svolgimento della mansione. Le conoscenze includono, così come vengono definite dalla psicologia cognitivista, le informazioni dichiarative e procedurali (e.g. conoscenze riguardanti l'algebra o l'informatica); le competenze sono strettamente correlate alle conoscenze procedurali, in quanto azioni e sequenze di un certo tipo vengono codificate e realizzate in funzione alle conoscenze possedute in un determinato campo (e.g. guidare un carrello elevatore); le abilità si riferiscono alla propensione di applicare differenti conoscenze e capacità (e.g. abilità matematiche, musicali o verbali) mentre le altre caratteristiche si riferiscono alle disposizioni personali, come tratti di personalità (e.g. estroversione o coscienziosità) o specifiche qualità che devono essere possedute dal candidato in quanto correlate ad un lavoro (e.g. resistenza alla monotonia). Le KSAO sono quindi fondamentali per questa pratica, la logica dietro alla psicologia della selezione del personale è quella di: identificare le KSAO più importanti per la performance lavorativa; selezionarle implica anche stabilire quali siano maggiormente in grado di predire la Job Performance e se possono essere misurate utilizzando dei metodi, strumenti o procedure il meno dispendiosi possibili. Tale processo deve essere eseguito in maniera sistematica (Brannick et al., 2012).

## ***1.2 – Misurare l'efficacia di una selezione***

L'efficacia di una selezione del personale può essere determinata sulla base di differenti caratteristiche, tra cui l'affidabilità, la generalizzabilità, l'utilità e la validità.

Per quanto riguarda l'affidabilità, all'interno della ricerca sulla selezione vengono utilizzate differenti tipi di affidabilità come: l'affidabilità test-retest che permette di confrontare i punteggi ottenuti a test di abilità, di personalità o interviste, dalle stesse persone in occasioni diverse a distanza di tempo; l'affidabilità inter-rater, che viene calcolata confrontando le valutazioni date da due valutatori indipendenti; La coerenza interna che permette di stabilire se le domande o item presenti all'interno di un test misurano la stessa cosa (Cook, 2009).

Come detto in precedenza, gli studi di Brogden (1946) hanno portato alla creazione dell'indice di utilità, che permette di stabilire il ritorno economico della procedura di selezione, è infatti noto che i lavoratori inseriti all'interno di un contesto organizzativo, a parità di svolgimento di mansione, possono variare in termini di produttività. Alla fine degli anni '70 è stata inventata la tecnica RE (estimates rational) da parte di Schmidt & Hunter, che consente di poter attribuire un valore in denaro alle persone che occupano una determinata posizione. Questo è possibile mediante l'interrogazione dei supervisori, che hanno modo di osservare le prestazioni effettive e le differenze di output tra i dipendenti su base giornaliera (Schmidt et al., 1979). Come osservò Tiffin (1943), che tracciò grafici della distribuzione dell'output lavorativo, la maggior parte dei lavoratori si colloca agli estremi della distribuzione formandone una normale, riassumibile dalla media e dalla deviazione standard (Cook, 2009). All'interno di questa distribuzione è possibile collocare i lavoratori "buoni", la cui performance è superiore all'85% della

media distinguendoli da quelli “poveri”, la cui performance è collocata sul 15° percentile. Supponendo che il valore degli operatori sia normalmente distribuito, le tre stime corrispondenti al 15° percentile, la media e 85° percentile possono essere utilizzate per calcolare la deviazione standard della produttività degli operatori, denominata SDy. Questo termine è fondamentale nell’equazione per stimare il rendimento di un programma di selezione (Schmidt & Hunter, 1998). L’utilizzo di strumenti con buone caratteristiche psicometriche permette alle organizzazioni di avere dei vantaggi economici notevoli. In relazione all’efficacia dei metodi di selezione, lo studio condotto da Terpstra & Rozell (1993) su 201 organizzazioni ha evidenziato che quando vengono utilizzate interviste strutturate, test di abilità mentale e convalida dei metodi di selezione al loro interno, registrano profitti annuali maggiori e una maggiore crescita dei profitti e delle vendite. Correlando le prestazioni con la pratica di selezione vengono raggiunti rapporti molto forti ( $r=.70 / .80$ ) in particolar modo nei settori che dipendono dalle performance del loro personale (Cook, 2009).

Per quanto riguarda la generalizzabilità dei metodi di selezione, negli anni ’20, differenti studi hanno mostrato come le stime di validità per lo stesso metodo e lo stesso lavoro erano molto diverse all’interno di differenti studi. Questo ha portato negli anni ’30 e ’40 a sviluppare la convinzione che la validità di una procedura di selezione per uno stesso lavoro fosse diversa in differenti contesti, fenomeno dovuto a delle reali differenze tra i lavori difficilmente rilevabili. Questa convinzione portò all’elaborazione dell’ipotesi della specificità situazionale, che dominò la psicologia del lavoro fino agli anni ’70 (Schmidt & Hunter, 1998). Questa ipotesi trovò conferme negli studi di Ghiselli, che riscontrò due importanti problemi per il selezionatore, il primo problema era una bassa validità e il secondo basato su una forte variabilità da studio a studio per le procedure di

selezione. Per quanto riguarda il primo problema, le distribuzioni di validità avevano una media di circa .30 al massimo ed erano molto basse e questo poteva dipendere solo da due fenomeni: quello della range restriction e dall'inaffidabilità delle misurazioni. Il fenomeno della range restriction è causato da una restrizione dell'intervallo di misurazione nel quale, di un pool di candidati, ne viene preso in considerazione solo un sottogruppo comportando delle correlazioni basse che però, allo stesso modo dell'inaffidabilità del criterio lavorativo, possono essere aggiustate mediante la tecnica della correzione statistica (Cook, 2009), infatti le differenze tra gli studi presi in considerazione erano dovuti ad artefatti statistici e di misurazione come quelli sopracitati e non a reali differenze tra i lavori (Schmidt & Hunter, 1998). Lo sviluppo di tecniche quantitative come quelle della meta-analisi che combinano le stime di validità tra i differenti studi sono stati fondamentali per la correzione di questi errori statistici (Schmidt & Hunter, 1990). Studi basati su questa tecnica hanno dimostrato che la variabilità delle validità tra i lavori è molto piccolo e potrebbe essere prossimo allo zero (Schmidt, 1992). Gli Standards for Educational and Psychological Testing (1999) definiscono la validità come “il grado in cui l'evidenza empirica e la teoria supportano le interpretazioni dei punteggi ottenuti dall'applicazione dei test” (Sackett, Putka & McCloy, 2012). Esistono differenti tipi di validità, tra le più importanti troviamo la validità di contenuto, che esprime il grado in cui gli item che fanno parte del test costituiscono un campione rappresentativo dell'universo dei comportamenti possibili relativi al costrutto che si vuole misurare. Questa si differenzia dalla validità di costrutto, ovvero il grado di precisione con cui uno strumento misura ciò che intende misurare. Cook (2009) sostiene che un metodo di selezione valido è quello che misura ciò che afferma di misurare, predicendo qualcosa di utile. *“Non importa come si chiama il test, quali siano le domande, come sono*

*state selezionate o se sembrano plausibili. Ciò che importa è predire il criterio: la prestazione lavorativa*". L'obiettivo della validità di criterio è quello di fornire delle prove a dimostrazione che le persone che ottengono punteggi elevati nei test scelti per la procedura di selezione siano quelle più produttive, predicendo il criterio fondamentale di tali procedure, la Job performance. La validità di criterio assume due forme principali: la validità concorrente e quella predittiva. La validità concorrente fornisce una misura della prestazione attuale del dipendente, in quanto i dati sui test e sulle prestazioni lavorative vengono raccolti contemporaneamente. La convalida simultanea è molto più rapida e semplice rispetto a quella predittiva dato che non è necessario attendere il risultato (Cook, 2009). Tuttavia, è anche vero che solo gli studi che utilizzano un modello predittivo con candidati effettivi dovrebbero essere usati per supportare l'utilizzo della personalità nella selezione del personale (Morgeson, Campion, Dipboye, Hollenbeck, Murphy & Schmitt, 2007). Questo tipo di validità presenta diversi limiti: molte persone che hanno partecipato a studi di validità concorrente se ne sono andate o sono state licenziate promuovendo il fenomeno della range restriction e sottostimando la validità della prova; campioni non rappresentativi di persone in funzione dei gruppi di minoranza; le caratteristiche e le capacità dei dipendenti potrebbero essere cambiate dopo l'assunzione per rispondere a un'esigenza specifica richiesta dalla posizione lavorativa (Cook, 2009).

Da un punto di vista pratico, la proprietà più importante di un metodo di valutazione del personale è la validità predittiva (Schmidt & Hunter, 1998), questo è un aspetto molto importante che consente di fare delle inferenze sui punteggi ottenuti dalle procedure di selezione in relazione al futuro comportamento lavorativo dei partecipanti, stabilendo un'associazione tra predittore e criterio (Sackett et al., 2004).

Quest'ultimo dovrebbe essere oltre che affidabile e valido anche imparziale, ovvero non deve esprimere pregiudizi nei confronti di donne, minoranze etniche e gruppi svantaggiati e pratico, quindi facendo in modo che le informazioni possono essere ottenute a un costo ragionevole e l'intera procedura deve essere accettata dai candidati (Cook, 2009). Nel corso del tempo, i criteri sono cambiati e rispetto a prima, viene posta maggiore enfasi nei confronti dei costrutti di cittadinanza organizzativa, comportamenti controproducenti e adattabilità in quanto *“un'organizzazione che dipende esclusivamente dal suo modello di comportamento prescritto è un sistema sociale molto fragile”* (Katz & Kahn; 1966). A favore di questo, comportamenti come il supporto personale, organizzativo e l'iniziativa coscienziosa che sono incluse nelle contestual performance sono correlate alle task performance (Hoffman, Blair, Meriac & Woehr, 2007), ed entrambe sono due operazionalizzazioni della Job Performance (Schmitt et al., 2015).

In generale, metodi di selezione con un coefficiente di validità predittiva maggiore sono direttamente associati a una maggiore utilità, produttività e apprendimento delle competenze legate al lavoro (Schmidt & Hunter, 1998).

Per migliorare una procedura di selezione, la validità incrementale è decisiva. Un test di selezione può non essere di per sé molto accurato, ma integrandolo con altri metodi può migliorare la sua previsione nei confronti della job performance, individuando e misurando specifici aspetti che altri metodi difficilmente potrebbero individuare. Nel momento della creazione di un test di selezione, è opportuno verificare che i differenti metodi integrati tra loro non misurino gli stessi costrutti più volte, questa operazione è possibile effettuarla mediante l'utilizzo delle tabelle di intercorrelazioni dei test di selezione (Cook, 2009).

### ***1.3 – I metodi della selezione del personale: l'intervista di selezione***

Sono molti gli strumenti e le metodologie per aiutare le organizzazioni a restringere il pool di candidati e concentrarsi su coloro che sono più qualificati e adatti ad una specifica posizione lavorativa. Tra queste possiamo trovare diversi costrutti utilizzati a questo scopo come quello delle abilità mentali e della personalità, che possono essere valutati mediante l'utilizzo di questionari oppure mediante le differenti tipologie dell'intervista di selezione.

Quest'ultima è una procedura di selezione molto popolare, è lo strumento utilizzato più frequentemente in diversi paesi ed è la tecnica maggiormente apprezzata dai candidati a una posizione lavorativa. Può essere definita come una procedura all'interno della quale avviene una conversazione tra un rappresentante dell'organizzazione e un candidato a una posizione lavorativa, all'interno del quale gli obiettivi delle due parti possono essere differenti. Entrambi i protagonisti utilizzano questo momento per raccogliere informazioni, esprimere giudizi e nell'impegnarsi nella gestione delle impressioni; l'obiettivo dell'intervistatore è quello di capire se il candidato è adatto alla posizione lavorativa, all'organizzazione e ad altri aspetti dell'ambiente lavorativo, mentre quest'ultimo cerca di impressionare favorevolmente l'intervistatore condividendo le sue conoscenze, abilità e capacità, cercando di elaborare un giudizio più preciso in relazione alla posizione per il quale è candidato e all'organizzazione (Dipboye, Macan & Shahani – Denning, 2004). Ponendo delle specifiche domande, è possibile accertare un'ampia gamma di criteri durante il colloquio, come la personalità, la motivazione, il fit persona – organizzazione, il comportamento di cittadinanza organizzativa e i livelli di integrità del candidato (Blackman, 2017).

All'interno del colloquio, l'intervistatore ha delle convinzioni su quelli che potrebbero essere i candidati ideali e l'importanza attribuita ai tratti che vengono valutati varia in funzione della posizione lavorativa e all'organizzazione (Cole, Feild, Giles & Harris, 2004). Sebbene l'obiettivo del colloquio sia quello della selezione, un obiettivo alternativo potrebbe essere quello del reclutamento e se gli intervistatori intendono perseguire tale obiettivo, saranno più propensi a mettere in atto una procedura non strutturata con una minore quantità di domande comportamentali e più trasparenti (Stevens, 1998). In generale, nel giudicare i candidati, gli intervistatori li valutano non solo in termini di adattamento ai requisiti del lavoro, ma anche in funzione dell'adattamento all'organizzazione; è molto comune, quando il colloquio è costituito da più fasi, prevederne un'intervista per indagare l'adattamento persona – lavoro e in quelle successive l'adattamento persona – organizzazione (Chuang, 2001). Quando l'idoneità al lavoro è l'aspetto principale, allora è opportuno seguire procedure standardizzate enfatizzando le conoscenze, le abilità e le capacità del candidato, al contrario, quando la valutazione del fit persona – organizzazione è dominante, gli intervistatori seguono procedure non strutturate enfatizzando i valori, la personalità e le abilità interpersonali. A seconda che l'obiettivo dell'intervistatore sia di tipo decisionale o comporti la formulazione di una valutazione o di un giudizio, l'utilizzo che viene fatto delle informazioni ricavate è differente. La formulazione di un giudizio porta a utilizzarle in maniera più diagnostica e meno parziale, nell'elaborazione di una decisione invece, alcuni aspetti come il sesso, l'attrattività o la razza spiegano una percentuale di varianza significativa nella decisione di assunzione. Il colloquio di selezione può essere valutato come gli altri metodi di selezione sulla base della sua validità, affidabilità e utilità (Dipboye et al., 2004).

L'intervista esiste in differenti gradi di strutturazione, di cui le tipologie classiche sono quella strutturata, semi strutturata e non strutturata. Van der Zee, Bakker & Bakker (2002) hanno scoperto che i candidati hanno un atteggiamento più positivo nei confronti delle interviste non strutturate rispetto a quelle strutturate. Differenti meta-analisi (e.g. Conway, Jako, e Goodman, 1995; Huffcutt e Arthur, 1994) sono state condotte per comprendere i livelli di affidabilità e validità dell'intervista e tutte sono arrivate alla stessa conclusione ovvero quella che le interviste strutturate sono associate a una più alta validità di criterio rispetto alle interviste non strutturate (Dipboye et al., 2004). Queste ultime, invece, sembrano concentrarsi su esperienze lavorative passate, intelligenza, istruzione e formazione (Huffcutt, Conway, Roth & Stone, 2001) abilità sociali, stabilità emotiva ed estroversione (Salgado & Moscoso, 2002). Il colloquio non strutturato pone il candidato in una condizione di rilassamento che consente all'intervistatore di avere importanti informazioni riguardanti la sua personalità, consentendo una buona previsione dei costrutti come la coscienziosità, la gradevolezza, l'affidabilità, integrità e cittadinanza organizzativa (Blackman, 2019). Le interviste strutturate invece sembrano porre maggiore attenzione alla conoscenza del lavoro (Salgado & Moscoso; 2002) e all'adattamento organizzativo (Huffcutt et al., 2001) e sono meno soggette a subire distorsioni da parte dei candidati (Van Iddekinge, Raymark & Roth, 2005). Un formato alternativo che può assumere le caratteristiche di un'intervista strutturata o non strutturata è rappresentato dalla Panel, in cui due o più intervistatori pongono le domande al candidato. I vantaggi associati corrispondono a un miglioramento dell'accuratezza della valutazione, riduce al minimo i pregiudizi e le profezie che si auto avverano dell'intervistatore ed è un metodo più equo per i candidati in quanto potrebbero non

riuscire a sviluppare una relazione con un singolo intervistatore giudicando il processo di selezione come ingiusto (Blackman, 2017).

In generale, la validità del colloquio di selezione potrebbe così dipendere dal tipo di costruito misurato (Dipboye et al., 2004). Un fattore importante che può influenzare l'affidabilità e la validità predittiva di un colloquio di selezione corrisponde alla struttura delle domande che vengono poste al candidato. Rispetto all'intervista strutturata, quella non strutturata è uno scarso predittore della performance (Cook, 2009).

L'intervista strutturata comprende delle domande pre-elaborate in cui i giudizi degli intervistatori sono organizzati in base a scale di valutazione e nel quale non sono permesse domande di follow up. La standardizzazione delle domande attraverso i candidati è facilitata dal suo legame con la Job Analysis (Cook, 2009). Queste domande sono basate per lo più su analisi del lavoro o sulla tecnica degli incidenti critici (Blackman, 2017). Le forme maggiormente utilizzate corrispondono alle interviste situazionali (Latham, Saari, Pursell & Campion, 1980) e alle patterned behavior description interview di Janz (1982). Le domande situazionali si basano sulla tecnica degli incidenti critici (Flanagan, 1954) e misurano le intenzioni future del candidato dando un'idea di quello che potrebbe essere il suo comportamento futuro (Latham, 1989), un vantaggio psicométrico di questo tipo di domanda è che può essere confrontata direttamente con le risposte fornite dagli altri candidati, contribuendo ad aumentare l'affidabilità inter – rater. Ulteriore vantaggio è quello associato al suo utilizzo nei confronti di candidati che non hanno avuto esperienza lavorativa nella posizione in esame. Le domande utilizzate all'interno dell'intervista PBD Indagano il comportamento passato del candidato, con l'obbiettivo di valutarne le prestazioni. Uno svantaggio associato a questa tecnica è che i candidati utilizzano differenti tipi di comportamenti che difficilmente sono simili tra loro e questo li rende

impossibili da confrontare, limitando l'affidabilità e la validità del colloquio stesso (Blackman, 2017). Le interviste PBD differiscono da quelle situazionali per due motivi, il primo è che nell'intervista situazionale l'intervistatore deve reindirizzare il candidato se questo dovesse divagare nelle risposte; il secondo invece consiste nel fatto che la PBD si concentra sul comportamento passato del candidato (Cook, 2009), permettendo inoltre di misurare l'intelligenza e il comportamento di cittadinanza organizzativa (Carson, Carson, Fontenot & Burdin, 2005). La meta-analisi condotta da Taylor & Small (2002) ha stabilito che questi due tipi di interviste non differiscono tra loro in termini di validità ma permettono di misurare due aspetti differenti, l'intervista situazionale valuta ciò che le persone fanno mentre la PBDI permette di indagare ciò che le persone hanno fatto riflettendo la loro performance tipica. Huffcutt, Conway, Roth & Klehe (2004) hanno confrontato diversi studi sull'intervista situazionale e l'intervista sulla descrizione del comportamento passato trovando una differenza relativamente piccola nel complesso, con validità corretta rispettivamente di 0,44 e 0,50, anche se quella situazionale è meno adatta per lavori altamente complessi.

Per concludere, prendendo in considerazione i test di abilità mentale, l'intervista non strutturata darà poca o nessuna validità incrementale in quanto sono strettamente correlati, come anche a livello di coscienziosità (Cortina, Goldstein, Payne, Davison & Gilliland, 2000). Le interviste strutturate invece, avranno una validità incrementale maggiore rispetto ai test di abilità mentale e alla coscienziosità in quanto entrambi hanno una buona validità predittiva, ma non sono così altamente correlati tra loro (Schmidt & Hunter, 1998; Cortina et al., 2000).

## **Capitolo 2: Studi sul comportamento di finzione e sulla gestione ingannevole delle impressioni**

Come abbiamo visto fino ad ora, la selezione del personale implica lo scambio di informazioni tra candidati e organizzazioni che affrontano i rapporti di lavoro con obiettivi che potrebbero non essere perfettamente allineati e che, al suo interno, vengono affrontati per la prima volta. Porter, Hackman & Lawler (1975) sostengono che *“gli individui cercano un'organizzazione in cui possono realizzare i loro obiettivi lavorativi e le organizzazioni cercano di assumere persone che possano aiutarli a raggiungere i loro”*. Nonostante il grado di disallineamento tra gli obiettivi dell'organizzazione e quelli dei candidati possa essere ridimensionato nell'evoluzione della loro relazione, questo disallineamento può avere conseguenze di vasta portata nello scambio di informazioni in situazioni di selezione (Frank, 2008). In effetti, le parti con obiettivi differenti hanno pochi incentivi a scambiare informazioni accurate a meno che non sia a loro vantaggio (Roulin & Konig, 2012). Come detto in precedenza, il processo selettivo è una funzione critica delle risorse umane e il suo obiettivo è l'identificazione del miglior candidato per la posizione lavorativa riducendo la probabilità di assumere quelli indesiderati. Questo obiettivo potrebbe essere compromesso dal fatto che, all'interno del colloquio gli intervistati potrebbero utilizzare tecniche di gestione ingannevole delle impressioni, manipolando l'immagine che proiettano di loro stessi e introducendo quindi una quota di errore che potrebbe ridurre la validità della selezione (Law et al., 2016). Questo problema viene amplificato dal fatto che gli intervistatori non sono capaci di rilevare con precisione i comportamenti di faking (Roulin, Bangerter & Levashina, 2015). Tale fenomeno può portare all'assunzione di personale caratterizzato da performance e

soddisfazione sul lavoro minori rispetto ad una situazione in cui non avviene falsificazione (Roulin, Bangerter & Levashina, 2017).

### ***2.1 – I comportamenti di falsificazione nei colloqui di selezione del personale***

Nel corso del tempo la letteratura sulla falsificazione si è focalizzata sui test di personalità, sottostimandone l'importanza all'interno del colloquio di selezione. Solo nell'ultimo decennio si è assistita a una crescita d'interesse per la falsificazione delle interviste di selezione del personale (Bourdage, Roulin & Levashina, 2017).

Il comportamento di finzione o falsificazione viene definito da Levashina & Campion (2007) come “distorsioni consapevoli delle risposte alle domande dell'intervista finalizzata ad ottenere un punteggio migliore e/o creare delle percezioni favorevoli nei confronti dell'intervistatore”.

Sono differenti gli studi che hanno cercato di stimare la prevalenza del fenomeno della falsificazione delle informazioni all'interno delle interviste di selezione, osservando che è piuttosto comune.

Weiss & Feldman (2006) osservarono che l'81% dei candidati ha ammesso di aver mentito almeno una volta all'interno del loro ultimo colloquio di lavoro mentre Levashina & Campion (2007) hanno osservato che il 93% – 99 % dei candidati aveva utilizzato almeno una tattica di finzione durante l'ultima intervista di selezione al quale avevano partecipato. Il limite fondamentale di questi studi è rappresentato dal tipo di campione impiegato, costituito da studenti universitari. Gli studi condotti sui candidati a una reale posizione lavorativa hanno registrato tassi di prevalenza minori nell'utilizzo della

menzogna e della falsificazione (Bourdage et al., 2017; Roulin, Bangerter & Levashina, 2014).

Tuttavia, il loro utilizzo durante un colloquio lavorativo potrebbe rappresentare un problema per le organizzazioni, influenzando negativamente la validità di questo strumento di selezione, in particolar modo quando il processo è finalizzato all'assunzione di candidati qualificati. Infatti, l'American Management Association (2008) ha stimato che il costo associato all'assunzione di un candidato indesiderato è 1,4 volte lo stipendio annuale di un dipendente, che aumenta con l'aumentare della qualifica dei lavoratori.

Una problematica legata a questo fenomeno riguarda la variabilità con cui i candidati utilizzano questi comportamenti nei colloqui al quale partecipano. Agire in maniera disonesta sembrerebbe aumentare le loro probabilità di ricevere un'offerta di lavoro rispetto a coloro che agiscono in maniera onesta (Buehl & Melchers, 2017).

A tal proposito, un recente studio ha voluto verificare gli effetti della disonestà sulle valutazioni dell'intervista. Un campione di studenti universitari (N=182) è stato sottoposto a dei colloqui di lavoro simulati condotti da intervistatori specializzati in psicologia del lavoro e delle organizzazioni (N=21). I risultati evidenziano come la disonestà sia associata positivamente alla valutazione e al successo nelle interviste ( $r = .24$ ) rispetto all'onestà ( $r = -.02$ ) (Roth, Klehe & Willhardt, 2021).

Una recente metanalisi condotta da Ho, Powell & Stanley (2021) suggerisce che la relazione tra disonestà e punteggi all'intervista sia minima. Gli autori stessi, tuttavia, suggeriscono che alcuni intervistati possono utilizzare la gestione ingannevole delle impressioni per aumentare la probabilità di essere assunti. Inoltre, sebbene l'uso medio della gestione ingannevole della propria immagine nelle interviste tenda ad essere basso,

questo comportamento è correlato a prestazioni lavorative più scarse, a una maggiore devianza organizzativa e interpersonale. È quindi possibile che anche piccole quantità di costruzione della propria immagine possano avere delle conseguenze sulle prestazioni generali dell'organizzazione, che aumentano in funzione del livello di qualifica e della posizione occupata dal candidato assunto. Il limite principale di questa meta-analisi riguarda il non aver preso in considerazione le differenze individuali dei singoli partecipanti coinvolti negli studi considerati. Infatti, il ruolo delle differenze individuali nella messa in atto del comportamento di falsificazione è rilevante, come sostengono Buehl, Melchers, Macan & Kühnel (2019).

Una volta concluso il processo di selezione, la scelta del candidato meno adatto può essere causata da processi sub-ottimali che portano a adottare misure poco attendibili o poco valide nel predire la performance. Tuttavia, anche un processo ben studiato rischia di essere poco valido se i candidati adottano comportamenti tesi a falsificare la prova.

Schneider, Powell, & Roulin, (2015), così come Ho, Powell & Stanley (2021), sostengono che l'utilizzo della finzione nei colloqui di lavoro è correlata a prestazioni lavorative più scadenti e a una minore fiducia sul posto di lavoro. Infatti, coloro che utilizzano comportamenti disonesti tendono ad avere un profilo di personalità indesiderato sia per il datore di lavoro che per la sua organizzazione. Nello specifico, Bourdage, Roulin, & Levashina, (2017) hanno trovato che elevati punteggi sulle dimensioni della triade oscura e bassi punteggi nelle scale di onestà – umiltà e coscienziosità sono associati a risultati indesiderati sul posto di lavoro.

L'adozione di queste misure nel processo di selezione è molto importante in quanto: la coscienziosità permette di identificare la perseveranza, la scrupolosità e il rispetto delle

regole legate all'essere onesti e responsabili. Queste norme portano le persone a mettere in atto un minor numero di comportamenti di finzione in quanto la loro violazione causerebbe un senso di colpa (Buehl et al., 2017). L'onestà – umiltà è la sesta dimensione di personalità nel modello HEXACO (Ashton & Lee, 2007) e rispecchia l'equità, la sincerità, la modestia, la mancanza di avidità e la riluttanza nello sfruttare gli altri; è correlata negativamente con atti di delinquenza sul posto di lavoro, con i comportamenti non etici e la finzione nelle interviste. La triade oscura invece, è un costrutto che raccoglie le più importanti personalità socialmente avverse, vale a dire la Psicopatia, Narcisismo e Machiavellismo. Gli individui psicopatici mettono in atto modelli di comportamento distruttivi e disfunzionali, utilizzando fascino e tecniche manipolative per il guadagno personale indipendentemente dal costo per gli altri. Contrariamente alle altre dimensioni della triade oscura sono caratterizzati da un'elevata impulsività e da una disposizione verso una condotta sconsiderata, inappropriata e immorale. Il narcisista invece è una persona egocentrica, arrogante e sfruttatrice, considera gli altri come un mezzo attraverso il quale è possibile soddisfare i propri bisogni di ammirazione. Invece, Le persone machiavelliche sono caratterizzate da freddezza emotiva e utilizzano strategie a livello interpersonale per manipolare gli altri al fine di ottenere un ritorno personale. Sono individui in grado di indentificare e sfruttare a proprio vantaggio le debolezze degli altri nascondendo le proprie; preferiscono manipolare che essere manipolati. Un tratto fondamentale che accomuna queste tre personalità è la carenza empatica. La loro incapacità di entrare in empatia è anche caratterizzata dalla mancanza di rimorso, senso di colpa e rimpianto (Wai, & Tiliopoulos, 2012).

Le misure di coscienziosità e onestà – umiltà ci permettono di identificare il profilo di una persona desiderabile per un datore di lavoro nel ricoprire una posizione lavorativa in

quanto rispettosa delle regole, onesta, equa e sincera. Al contrario, le personalità caratterizzate dalla triade oscura predisposte alla manipolazione e allo sfruttamento del prossimo al fine di ottenere un vantaggio materiale o per il proprio ego, sono coloro che mettono in atto una maggiore occorrenza dei comportamenti disonesti e di finzione rischiando di inquinare il processo di selezione del personale. Trovare modi per ridurre la finzione nell'intervista o per individuarne i tentativi è una questione molto importante per le organizzazioni, vista l'importanza del colloquio come strumento di selezione (Ho, Powell, Barclay & Gill, 2019).

Come all'interno degli studi condotti sulla falsificazione dei test di personalità, per cercare di dare una spiegazione a questo fenomeno all'interno dei colloqui di selezione è stato preso in considerazione il costrutto della "Desiderabilità sociale delle risposte", ovvero "la tendenza dell'intervistato a dare risposte che lo fanno apparire nel miglior modo possibile". In letteratura è definita come un tratto stabile dell'individuo che non dovrebbe variare attraverso le situazioni. Tuttavia, è stato dimostrato come l'impegnarsi nel comportamento di finzione all'interno dell'intervista varia in funzione della situazione specifica o del colloquio per un particolare posto di lavoro. Inoltre, a livello empirico le relazioni tra comportamenti disonesti e desiderabilità sociale delle risposte tendono ad essere piccole e non significative, per questo viene considerato un metodo inadeguato per individuarne i tentativi.

Sono stati presi in considerazione altri contributi per studiare il comportamento di finzione, come i modelli che derivano dalla teoria del comportamento pianificato. Questa teoria sostiene che il comportamento umano è determinato dall'interazione di differenti credenze, quali l'atteggiamento, le norme soggettive dell'individuo e la percezione di controllo.

In funzione di questo, le intenzioni di falsificazione sono da considerarsi come l'antecedente diretto di questi comportamenti. La gran parte dei modelli che cercano di contribuire alla spiegazione di questo fenomeno considerano le caratteristiche dell'individuo e della situazione come dei validi antecedenti che preparano l'individuo all'utilizzo di questi comportamenti, mentre altri modelli considerano anche i fattori contestuali (e.g. attrattività dell'organizzazione) come fondamentali per tale processo (Melchers, Roulin & Buehl, 2020).

Un contributo fondamentale nello studio del comportamento di finzione nel colloquio di lavoro fu quello dato da Levashina & Campion (2006) mediante la creazione del loro modello teorico e dell'Interview Faking Behavior (IFB, 2007), ovvero di una scala di misura self-report che permette di misurarlo.

### ***2.1.1 – Modelli teorici sulla falsificazione***

Quello di Levashina & Campion (2006) è un modello moltiplicativo, nel quale le differenti componenti devono essere tutte presenti almeno in una certa quantità per fare in modo che il comportamento di falsificazione si verifichi. Queste componenti sono in primis le capacità, ovvero le abilità verbali, sociali e cognitive; in secondo luogo, troviamo la volontà, determinata da fattori situazionali e disposizionali; in terzo luogo, troviamo le opportunità che vengono offerte dal grado di strutturazione dell'intervista e dal tipo di domande (Melchers et al., 2020). Le capacità aiutano il candidato a identificare i costrutti misurati dal colloquio, a fornire buone risposte al fine di aumentare il proprio punteggio; la volontà nel volersi impegnare in comportamenti di finzione è determinata dalle caratteristiche della situazione ma anche dalle caratteristiche disposizionali quali la

personalità e la motivazione; l'opportunità di fingere può essere data dal tipo di domanda che viene posta dall'intervistatore (Buehl et al., 2017). Questo modello teorico viene utilizzato come background per l'Interview Faking Behavior, una scala che comprende al suo interno una tassonomia di comportamenti di falsificazione: le tecniche assertive, quelle difensive e l'ingraziamento.

Le tecniche assertive sono tentativi del candidato di creare un'impressione positiva evidenziando esperienze, abilità o opinioni; queste sono suddivise a loro volta in "leggera creazione di immagini" e "ampia creazione di immagini", che corrispondono ai tentativi dei candidati di falsificare leggermente la verità esagerando alcuni aspetti riguardanti le abilità oppure nel secondo caso, inventandole o raccontando esperienze vissute da altre persone del quale il soggetto è a conoscenza.

Le tecniche difensive sono usate dal candidato per proteggere la propria immagine di persona ideale nascondendo eventuali punti di debolezza e/o abilità insufficienti in relazione alla posizione lavorativa per la quale compete. L'ingraziamento invece corrisponde all'abilità di apparire come più piacevoli, fingendo di conformarsi ai valori, alle convinzioni, alle opinioni o agli atteggiamenti dell'intervistatore e dell'organizzazione (Levashina & Campion, 2007). Un punto di debolezza di questo modello è che non distingue tra le occorrenze e il successo delle falsificazioni (Buehl et al., 2017). Questi aspetti sono stati trattati all'interno della teoria del comportamento pianificato. Questa sostiene che il comportamento umano è determinato dall'interazione di differenti credenze, quali l'atteggiamento, le norme soggettive dell'individuo e la percezione di controllo. Più specificamente, gli atteggiamenti descrivono la misura in cui una persona vede un comportamento specifico come favorevole o sfavorevole, buono o cattivo, attraente o non attraente. Le norme soggettive si riferiscono alla pressione sociale

percepita per eseguire un'azione, nonché alla misura percepita in cui altri importanti ritengono che l'azione sia comune, socialmente appropriata e accettabile. Infine, il controllo comportamentale percepito si riferisce alla facilità percepita con cui una persona crede di poter eseguire un comportamento. Nel complesso, la teoria del comportamento pianificato postula che è più probabile che un individuo si impegni in un comportamento specifico nella misura in cui mantiene un atteggiamento positivo nei confronti di questo, percependolo come normativo e semplice da attuare. Questo approccio alla falsificazione informa sugli antecedenti, le occorrenze e l'efficacia della disonestà in funzione delle differenze individuali delle persone (Bourdage, Schmidt, Wiltshire, Nguyen, & Lee, 2020).

Altri modelli, considerano gli aspetti contestuali, come quello di Roulin, Krings & Binggelli, (2016), che ha trovato la sua applicazione in diversi studi portando alla luce il fenomeno secondo cui la finzione è un meccanismo adattivo utilizzato in funzione dell'efficacia avuta all'interno dei colloqui di selezione precedenti, dalla percezione di concorrenza sul mercato di lavoro, dalla cultura competitiva dell'organizzazione e dalle credenze sulla competizione a livello individuale (Melchers et al., 2020). Questo modello prevede che i candidati e le organizzazioni abbiano interessi differenti a causa della natura competitiva del processo di assunzione; le organizzazioni si aspettano di ricevere informazioni veritiere dai candidati mentre questi ritengono che essere completamente onesti non comporti necessariamente l'assunzione, giungendo alla conclusione che questo va contro i loro interessi, innescando così, la volontà di volersi distinguere dagli altri concorrenti. Infatti, decidere di non fingere potrebbe comportare uno svantaggio competitivo (Ho et al., 2019).

Nel panorama generale legato a questo fenomeno, in molti casi la teoria riguardante la finzione è stata assimilata alla teoria della gestione delle impressioni, in quanto, questa pratica ha lo scopo di adempiere al tentativo di creare una particolare impressione nella mente di qualcuno (Leary, & Kowalski, 1990). In un colloquio lavorativo gli intervistati, attraverso l'utilizzo di tecniche assertive, difensive e di ingraziamento, si pongono l'obiettivo di creare un'impressione di competenza e simpatia nell'intervistatore evitando di trasmettere impressioni negative, impattando in modo sostanziale sulle sue percezioni e sul modo in cui vengono valutati. Nello specifico, le tecniche assertive implicano l'utilizzo di comportamenti auto focalizzati utili per promuovere le proprie competenze, qualifiche e gli attributi necessari per la posizione lavorativa, aumentando quindi la percezione di aderenza tra la persona e il lavoro (P-J). L'ingraziamento, invece, include comportamenti focalizzati sugli altri, che agiscono sull'intervistatore con l'obiettivo di lusingarlo facendo apparire il candidato simpatico e vicino ai valori dell'azienda, aumentando il fit tra persona e organizzazione (P-O). Le tecniche difensive sono meno utilizzate rispetto alle precedenti, vengono utilizzate per giustificare una performance negativa e possono essere utilizzate da parte del candidato in modo strategico nel momento in cui l'intervistatore solleva delle preoccupazioni negative nei confronti del candidato (Bourdage, Roulin, & Tarraf, 2018).

Inoltre, le componenti oneste e disoneste tendono ad essere correlate positivamente tra loro come riscontrato all'interno dello studio di Bourdage et al., (2018) che aveva l'obiettivo di creare una scala deputata alla misura della gestione onesta delle impressioni. Infatti, l'Interview Faking Behavior è uno strumento che misura unicamente gli aspetti legati alla gestione disonesta delle impressioni. I risultati hanno suggerito che le dimensioni della gestione onesta delle impressioni sono correlate con le dimensioni

della gestione ingannevole delle impressioni. In primis, l'autopromozione onesta è correlata mediamente con un valore di  $r = .23$  con le quattro tattiche ingannevoli. È importante sottolineare che un'autopromozione onesta correla a  $r = .29$  con una leggera creazione di immagini e a  $r = -.03$  con un'ampia creazione di immagini (ns). L'ingraziamento onesto ha una correlazione media di  $r = .37$  con le scale di gestione disonesta delle impressioni, e la correlazione più forte è riscontrata con la sua controparte, l'ingraziamento ingannevole ( $r = .61$ ). Infine, la correlazione tra le tecniche difensive oneste e quelle ingannevoli era  $r = .29$ , di cui la correlazione più forte era con la sua controparte disonesta, la protezione dell'immagine ( $r = .38$ ). Insieme, questi risultati suggeriscono che la gestione onesta delle impressioni correla modestamente con la gestione ingannevole delle impressioni.

Questo lascia presupporre che alcune forme di gestione disonesta delle impressioni richiedono una base di onestà come, per esempio, si può iniziare a descrivere accuratamente le proprie qualifiche, competenze ed esperienze per poi esagerare i risultati ottenuti attraverso una creazione leggera di immagini (Bourdage, Roulin, & Tarraf, 2018). Quindi, la gestione delle impressioni può essere rappresentata all'interno di un continuum di tattiche oneste (caratterizzate da completa onestà e modestia) e disoneste (che consistono nel mentire apertamente) e all'interno di questo continuum è possibile individuare ogni possibile sfumatura e combinazione. A livello pratico, la distinzione tra aspetti onesti e disonesti è necessaria in quanto i primi sono quelli attesi dai reclutatori e dalle organizzazioni mentre i secondi sono quelli dal quale ci si deve difendere (Melchers et al., 2020). Infatti, il riconoscimento e la differenziazione di queste tecniche da parte dell'intervistatore sono utili per le organizzazioni: l'utilizzo di una gestione onesta delle impressioni (l'autopromozione onesta, l'ingraziamento onesto e le tecniche difensive

oneste) da parte del candidato permette di prendere delle decisioni qualitativamente migliori sulle assunzioni in quanto, all'interno del colloquio, vengono fornite delle informazioni più accurate; l'utilizzo di una gestione ingannevole delle impressioni invece, può indurre gli intervistatori in errore portandoli a prendere delle decisioni imprecise e talvolta, indesiderabili (Bourdage et al., 2018). In generale, gli intervistatori considerano la gestione onesta delle impressioni come appropriata per un colloquio, contrariamente a quella ingannevole (Jansen, König, Stadelmann & Kleinmann, 2012).

## ***2.2 – Il riconoscimento della falsificazione (lie detection)***

Una problematica associata alla gestione ingannevole delle impressioni è legata alla capacità degli intervistatori di poterne rilevare i tentativi e i comportamenti durante lo svolgimento del colloquio di selezione. Roulin, Bangerter & Levashina, (2015) sostengono che vi è l'incapacità di farlo con precisione. Questa problematicità è emersa da una serie di studi all'interno nel quale è stata indagata la capacità dell'intervistatore di poter rilevare i tentativi di gestione ingannevole delle impressioni; la metodologia utilizzata consisteva nel sottoporre i partecipanti dei differenti studi a del materiale videoregistrato creato ad hoc con l'obiettivo di simulare un colloquio di lavoro. Prima di registrarli, i candidati venivano sottoposti a una breve formazione sulle tecniche di gestione delle impressioni, con lo scopo di utilizzarle all'interno della simulazione. Nel primo studio, coloro che hanno ricevuto una formazione erano studenti universitari mentre nel secondo erano lavoratori che ricoprivano ruoli di project manager. A seguito delle riprese, i candidati decodificavano il video in cui erano protagonisti identificando il tipo e la durata delle tecniche utilizzate nella gestione ingannevole e onesta delle

impressioni. Una volta creato il materiale stimolo, i video sono stati presentati a intervistatori esperti nel primo studio (N=154) e a studenti universitari che rappresentavano gli intervistatori inesperti nel secondo (N=92), terzo (N=136) e quarto studio (N=46). Prima di essere esposti al materiale video, allo stesso modo dei candidati, gli intervistatori sono stati formati sulle tecniche di gestione delle impressioni. È stato chiesto loro di individuare in primis le tecniche utilizzate e la loro durata. Successivamente, di valutarne la performance globale nella gestione delle impressioni attraverso la compilazione di una scala a 7 item (e.g. “il candidato mi ha fatto una buona impressione”, “il candidato si è comportato bene durante il colloquio”) al quale bisognava rispondere dando una valutazione su una scala likert a 5 punti. In generale, i risultati dei differenti studi mostrano che c'è stata una maggiore capacità nell'individuazione delle tecniche oneste rispetto a quelle disoneste. Tuttavia, un risultato interessante ricavato dal primo studio consiste nel fatto che gli intervistatori più esperti non sono più bravi degli studenti a rilevare le tecniche di gestione delle impressioni. Infatti, l'esperienza non ha facilitato gli intervistatori nell'individuazione dei tentativi di inganno; questo succede in quanto raramente ricevono un riscontro sulla loro performance nella conduzione delle interviste e nell'individuazione dei tentativi di falsificazione. Una facilitazione nell'individuazione di queste tecniche deriva dal tipo di domanda utilizzata; l'intervista situazionale, infatti, ha consentito una maggiore precisione nell'individuare i tentativi di gestione delle impressioni, sia onesta che ingannevole. In questi studi è stato osservato come gli intervistatori siano in grado di identificare questi tentativi all'interno di un range di possibilità compreso tra il 13% e 23% (Roulin et al., 2015).

Melchers et al. (2020) all'interno della loro review sull'argomento hanno individuato 5 categorie di fattori che influenzano l'intenzione o la realizzazione dei comportamenti di

finzione che sono: le caratteristiche del candidato, il formato del colloquio, il comportamento degli intervistatori, i fattori culturali e i fattori contestuali.

### ***2.3 – Caratteristiche del candidato correlate alla falsificazione***

Alcuni studi hanno esaminato il grado di istruzione dei candidati, le loro qualifiche professionali, il loro status occupazionale e alcune variabili demografiche stabilendo che gli individui più istruiti hanno riportato minori intenzioni e comportamenti di falsificazione (Roulin, Krings & Binggeli, 2016). L'età risulta essere correlata negativamente a questa pratica. Inoltre, analizzando le stesse variabili all'interno di un campione di lavoratori, questi sembrano meno propensi a adoperare comportamenti di finzione durante l'intervista di selezione (Melchers et al., 2020). In linea con Marcus (2009) i candidati di solito si affidano a gestioni ingannevoli delle impressioni come un modo per compensare la mancanza di qualifiche e per proiettare l'immagine di candidato ideale. Infatti, Bourdage et al. (2018) hanno trovato correlazioni negative tra l'età e l'esperienza nell'utilizzo dei comportamenti di finzione, evidenziando come i candidati più anziani e con una maggiore conoscenza della posizione lavorativa sperimentano una minore necessità nell'impegnarsi in questo tipo di comportamenti utilizzando tecniche maggiormente oneste come l'autopromozione per mettere in risalto le loro qualifiche. Nella Tabella 1 si riportano i valori degli studi più recenti associati alle variabili sopra citate.

Tabella 1

*Correlazioni tra le variabili demografiche con le intenzioni e il comportamento di finzione ripreso da Melchers, Roulin & Buehl (2020)*

	Campio ne	Intenzione vs Comportame nto	Falsificazio ne generale o Bugie	Leggera creazio ne di immagi ni	Estesa creazio ne di immagi ni	Protezione dell'immagi ne	Ingraziamen to disonesto	Fonte
Livello di educazione	508	Intenzione	-.08					Roulin and Krings (2016, Study 1)
	206	Comportament o	-.04					Roulin and Krings (2016, Study 2)
	751	Comportament o		.04	.03	.03	.04	Bourdage et al. (2018, Study 5)
Status Occupaziona le	508	Intenzione	-.17					Roulin and Krings (2016, Study 1)
	206	Comportament o	-.12					Roulin and Krings (2016, Study 2)
Età	4851	Intenzione	-.23					Schilling et al. (2020)
	775	Intenzione		-.10	-.03	-.07	-.13	Ho et al. (2019)
	206	Comportament o	-.09					Roulin and Krings (2016, Study 2)
	86	Comportament o		-.19	-.24	-.11	-.12	Dürr and Klehe (2018, High Fidelity)
	224	Comportament o		-.09	-.03	-.02	-.12	Bourdage et al. (2018, Study 4)
	751	Comportament o		-.33	-.33	-.27	-.20	Bourdage et al. (2018, Study 5)
	164	Comportament o		-.18	-.01	-.13	-.09	Roulin et al. (2014)
	4851	Intenzione	.18					Schilling et al. (2020)
Sesso	775	Intenzione		.01	.06	.05	.02	Ho et al. (2019)
	206	Comportament o	-.11					Roulin and Krings (2016, Study 2)
	164	Comportament o		.11	.06	.15	.09	Roulin et al. (2014)
	86	Comportament o		.15	.16	.22	.00	Dürr and Klehe (2018, High Fidelity)
	751	Comportament o		-.03	.02	.08	.00	Bourdage et al. (2018, Study 4)
	751	Comportament o		.30	.33	.30	.24	Bourdage et al. (2018, Study 5)

In maniera più specifica, alcuni studi presenti in letteratura, di cui i risultati verranno presentati di seguito, si sono concentrati sulle caratteristiche del candidato come la personalità, le credenze, gli atteggiamenti e le abilità che rappresentano i principali antecedenti del comportamento di finzione.

Gli studi che hanno usato come background teorico il modello Big Five non hanno mai trovato dei risultati consistenti. Quelli più importanti stabiliscono che il tratto della

gradevolezza, che definisce una persona altruista, che offre il proprio supporto emotivo e che si prende cura degli altri, insieme alla coscienziosità sono correlate negativamente al comportamento di finzione, mentre l'estroversione e la stabilità emotiva sono correlate positivamente (e.g. Lester, Anglim & Fullarton, 2015). Buehl et al. (2017) hanno trovato risultati simili per quanto riguarda la stabilità emotiva, ma non per l'estroversione. Quest'ultimo, insieme alla coscienziosità (e.g. Roulin, & Bourdage, 2017), si relazionano positivamente con i tentativi di gestione onesta delle impressioni, e negativamente con quelli ingannevoli (Bourdage et al., 2018). Gli estroversi, in generale, hanno maggiore fiducia in sé stessi e nelle loro abilità e sono maggiormente in grado di proiettare l'immagine desiderata sugli altri. Le persone più introversive, per proiettare tale immagine, possono ricorrere a mezzi disonesti per farlo (Powell et al., 2020). In Tabella 2 si riportano i valori degli studi più recenti nelle associazioni tra Big Five e comportamento di finzione.

Tabella 2

*Correlazioni tra le dimensioni del modello Big Five con le intenzioni e il comportamento di finzione ripreso da Melchers, Roulin & Buehl (2020)*

Campione	Intenzione vs Comportamento	Falsificazione generale o Bugie	Leggera creazione di immagini	Estesa creazione di immagini	Protezione dell'immagine	Ingraziamento disonesto	Fonte	
4851	Intenzione	-.27					Schilling, Roulin, Obschonka, and König (2020)	
Coscienziosità	222	Comportamento	-.04				Buehl and Melchers (2017, Study 1)	
	80	Comportamento		-.31	-.34	-.20	-.18	Roulin and Bourdage (2017)
	224	Comportamento		-.18	-.35	-.19	-.13	Bourdage et al. (2018, Study 4)
Estroversione	313	Intenzione	-.01				Lester et al. (2015)	
	222	Comportamento	.04				Buehl and Melchers (2017, Study 1)	
	80	Comportamento		.15	.04	.20	.21	Roulin and Bourdage (2017)
	224	Comportamento		-.24	-.27	-.28	-.12	Bourdage et al. (2018, Study 4)
Gradevolezza	222	Comportamento	-.11				Buehl and Melchers (2017, Study 1)	

	80	Comportamento		-.13	-.03	-.10	-.12	Roulin and Bourdage (2017)
	224	Comportamento		.03	-.02	.02	.00	Bourdage et al. (2018, Study 4)
Apertura all'Esperienza	222	Comportamento	.02					Buehl and Melchers (2017, Study 1)
	80	Comportamento		.05	.09	.04	-.07	Roulin and Bourdage (2017)
	224	Comportamento		.03	-.02	.02	.00	Bourdage et al. (2018, Study 4)
	313	Intenzione	.19					Lester et al. (2015)
Stabilità Emotiva	222	Comportamento	.13					Buehl and Melchers (2017, Study 1)
	80	Comportamento		-.11	-.01	.05	-.01	Roulin and Bourdage (2017)
	224	Comportamento		.13	.02	.08	.14	Bourdage et al. (2018, Study 4)

Nello studio degli antecedenti del comportamento disonesto, oltre alla personalità, anche gli atteggiamenti hanno fornito importanti risultati che contribuiscono alla spiegazione di questo fenomeno. Buehl et al. (2017) hanno trovato che, oltre alla personalità, atteggiamenti favorevoli verso la disonestà sono associati positivamente ai comportamenti di finzione. Hanno presupposto che fingere all'interno della relazione tra intervistato e intervistatore necessita di buone abilità sociali e cognitive da parte del candidato, che deve produrre reazioni flessibili e spontanee al comportamento verbale e non verbale degli intervistatori; per fingere con efficacia queste abilità devono essere particolarmente sviluppate. Partendo da questo presupposto, un aspetto fondamentale per lo studio di questo fenomeno è la distinzione tra occorrenza ed efficacia del comportamento di finzione. Sulla base dei risultati ottenuti dai modelli derivanti dalla teoria del comportamento pianificato, gli antecedenti dell'occorrenza, ovvero il numero delle volte che un soggetto si impegna nel mettere in atto un comportamento disonesto, sono determinati da: atteggiamenti positivi nei suoi confronti, da bassi livelli di onestà – umiltà e di integrità morale (McFarland & Ryan, 2000). A livello teorico atteggiamenti positivi verso il comportamento disonesto sono determinati da coloro che possiedono un profilo di personalità caratterizzato dalla “triade oscura” come dimostrato da Jonason &

Webster (2010). Di conseguenza, queste persone dispongono di bassi livelli di integrità morale e onestà – umiltà. Queste dimensioni di personalità sono correlate negativamente al comportamento di finzione. Infatti, la dimensione dell'onestà – umiltà caratterizza le persone più oneste, dirette e sincere che non cercano di approfittarsi degli altri per il proprio tornaconto personale, ma enfatizzano l'equità, la cooperazione e la trasparenza. Tuttavia, le persone con minori livelli su questo tratto, hanno la tendenza a sfruttare o manipolare gli altri (Ashton & Lee, 2007). Infatti, Roulin & Bourdage (2017) all'interno del loro studio hanno trovato che la "triade oscura" è correlata positivamente, con valori medi e alti, a maggiori occorrenze dei comportamenti di falsificazione. Un recente studio condotto da Bourdage et al. (2020), attraverso l'utilizzo della teoria del comportamento pianificato, ha fornito una spiegazione sul motivo per cui alcuni tratti della personalità siano associati alla falsificazione. Per farlo, hanno studiato gli effetti degli atteggiamenti, delle norme soggettive e del controllo comportamentale percepito come mediatori della relazione tra onestà – umiltà e coscienziosità con la scala della "creazioni di immagini estese" ricavata dalla scala breve di gestione disonesta delle impressioni ideata da Bourdage et al. (2018). L'utilizzo della teoria del comportamento pianificato comporta alcuni vantaggi, in primis si concentra maggiormente sull'individuo e le sue percezioni, fornendo una spiegazione su come queste determinano il comportamento. In secondo luogo, questa teoria include fattori come le norme, ma include anche componenti simili ad altri modelli di falsificazione, come la volontà/motivazione a fingere (catturati dagli atteggiamenti) e la capacità di fingere. I risultati indicano che gli atteggiamenti e le norme soggettive nei confronti della falsificazione predicono in modo incrementale l'uso di un'ampia creazione di immagini. Gli atteggiamenti giocavano un ruolo chiave sia nel predire la falsificazione dell'intervista sia nella spiegazione dell'associazione tra

personalità e falsificazione dell'intervista. Tuttavia, le norme soggettive sono predittive della falsificazione dell'intervista in modo incrementale rispetto agli atteggiamenti e al controllo comportamentale percepito. Sia l'Onestà-Umiltà che la Coscienziosità sono significativamente associate ad atteggiamenti, norme e controllo percepito legato alla falsificazione nelle interviste. In sostanza, sembra che gli individui con un basso livello di Onestà-Umiltà e Coscienziosità abbiano atteggiamenti più positivi nei confronti del falso e credano che sia più normativo (Bourdage et al., 2020).

Come antecedenti dell'efficacia dei comportamenti di falsificazione sono stati presi in considerazione le capacità cognitive e le abilità sociali. A livello empirico, solo le prime hanno un effetto significativo sull'efficacia del comportamento disonesto, ciò significa che i candidati con maggiori capacità cognitive sono coloro che rispetto agli altri, hanno ottenuto valutazioni più elevate nell'intervista (Buehl et al., 2017). Tra gli aspetti cognitivi della finzione, il modello di Marcus (2009) tiene in considerazione la capacità ATIC (ability to identify the criteria), ovvero l'abilità del candidato di identificare i costrutti misurati dall'intervistatore all'interno del colloquio. Questa capacità può essere utilizzata con il fine di falsificare le informazioni e realizzare un'autopresentazione più efficace (Buehl et al., 2019).

In funzione delle credenze del singolo, Roulin & Krings, (2016) hanno trovato che la visione competitiva del mondo offre al soggetto un'inclinazione positiva alla falsificazione delle informazioni durante le interviste di selezione. Le visioni competitive del mondo fanno riferimento a una convinzione secondo cui il mondo sociale sia una giungla competitiva caratterizzata da una lotta spietata e amorale per le risorse e il potere che si oppone a una visione del mondo sociale caratterizzato da armonia cooperativa in cui le persone si prendono cura e si aiutano tra loro (Duckitt, Wagner, Du Plessis, Birum

& 2002). Queste visioni, insieme alla percezione di concorrenza sul mercato del lavoro, alla cultura competitiva dell'organizzazione, alle credenze sulla competizione a livello individuale e ai fattori contestuali (e.g. attrattività all'organizzazione) plasmano la visione del singolo, influenzando le sue intenzioni (Roulin & Krings, 2016). Anche Bourdage et Al. (2017) sono arrivati alla stessa conclusione studiando gli effetti della gestione ingannevole delle impressioni e gli antecedenti delle tecniche di costruzione della propria immagine.

Tra le sue differenti teorizzazioni, Roulin et Al. (2016) considerano i comportamenti di gestione ingannevole e onesta delle impressioni come adattivi e dinamici, ritenendo che le persone che si candidano a più posizioni lavorative e che affrontano uno o più colloqui, possono replicare il loro stile disonesto e modificarlo in funzione dell'esperienza trasversale ai vari colloqui, oppure adattarlo in funzione dell'intervistatore rendendo il loro giudizio meno preciso. La motivazione e la capacità vengono considerati come due antecedenti immediati; non tutti i candidati adattano le loro capacità di gestione delle impressioni nello stesso modo. Queste capacità vengono affinate mediante l'automonitoraggio che ne facilita il processo di apprendimento e il loro utilizzo trasversalmente ad ogni colloquio. La motivazione e la disponibilità nel metterle in atto possono variare in funzione dell'interpretazione del feedback e dell'esito del colloquio ricevuto dall'organizzazione. All'interno del loro studio, Roulin & Bourdage (2017) hanno stabilito che coloro che hanno una visione competitiva del mondo adoperano l'automonitoraggio come strategia per migliorare l'utilizzo delle tecniche di gestione delle impressioni. Questo grazie alla presenza di un locus of control interno che fornisce una motivazione più elevata nell'utilizzo di queste tecniche nei successivi colloqui

lavorativi. Differenziando le diverse componenti, i comportamenti di gestione delle impressioni come l'autopromozione e l'ampia creazione di immagini sono le tattiche maggiormente utilizzate rispetto a quelle difensive e all'ingraziamento che sono maggiormente variabili. Questo perché le prime sono quelle maggiormente utilizzate per difendere la propria immagine e dipendono dalla difficoltà delle domande che vengono poste dall'intervistatore mentre le seconde sono maggiormente orientate verso i valori dell'organizzazione o l'intervistatore.

A livello di personalità, coloro che si impegnano in tecniche di gestione onesta delle impressioni sono le persone più estroverse con autovalutazioni di base più elevate. Al contrario, i candidati che si impegnano nell'utilizzare tecniche disoneste sono coloro che hanno minore esperienza lavorativa e che sono meno coscienziose, estroverse e oneste. Inoltre, questi individui tendono ad avere maggiori livelli nelle dimensioni della triade oscura e nelle visioni competitive del mondo; questi fattori permettono di identificare coloro che hanno maggiori probabilità di adattare l'uso delle tecniche di gestione ingannevole delle impressioni attraverso le interviste al fine di aumentare le loro possibilità di successo. Questi tratti di personalità sono associati a risultati indesiderati sul posto di lavoro, come minori prestazioni lavorative, una maggiore probabilità di impegnarsi in comportamenti controproducenti durante il lavoro e in generale, rappresentano una minaccia per le organizzazioni (Roulin & Bourdage, 2017).

Nella Tabella 3 si riportano le correlazioni tra triade oscura della personalità, il costrutto dell'onestà – umiltà e le visioni competitive del mondo con il comportamento disonesto identificati negli studi precedenti.

Tabella 1

*Correlazioni tra triade oscura della personalità, il costrutto di onestà – umiltà e le visioni competitive del mondo con il comportamento disonesto ripresa da Melchers, Roulin & Buehl, (2020).*

	Campio ne	Intenzione vs Comportame nto	Falsificazio ne generale o Bugie	Leggera creazio ne di immagi ni	Estesa creazio ne di immagi ni	Protezione dell'immagi ne	Ingraziamen to disonesto	Fonte
Onestà – Umiltà	466	Intenzione		-.17	-.15	-.16	-.22	Ho et al. (2019)
	222	Comportament o	-.40					Buehl and Melchers (2017, Study 1)
	173	Comportament o		-.17	-.27	-.20	-.27	Law et al. (2016)
	80	Comportament o		-.39	-.25	-.30	-.36	Roulin and Bourdage (2017)
	224	Comportament o		-.19	-.02	-.15	-.25	Bourdage et al. (2018, Study 4)
Machiavellis mo	508	Intenzioni	.45					Roulin and Krings (2016, Study 1)
	125	Intenzioni		.10/.23	.13/.26	.16/.35	.30/.37	Hogue et al. (2013)
	80	Comportament o		.43	.31	.26	.17	Roulin and Bourdage (2017)
Narcisismo	508	Intenzione	.33					Roulin and Krings (2016, Study 1)
	80	Comportament o		.26	.23	.23	.17	Roulin and Bourdage (2017)
Psicopatia	508	Intenzione	.39					Roulin and Krings (2016, Study 1)
	80	Comportament o		.37	.30	.15	.09	Roulin and Bourdage (2017)
Visioni Competitive del Mondo	508	Intenzione	.50					Roulin and Krings (2016, Study 1)
	4851	Intenzione	.49					Schilling et al. (2020)
	206	Comportament o	.46					Roulin and Krings (2016, Study 2)
	80	Comportament o		.46	.39	.30	.22	Roulin and Bourdage (2017)
	224	Comportament o		.16	.18	.20	.17	Bourdage et al. (2018, Study 4)

Hogue et al. (2013) hanno riportato separatamente le correlazioni per uomini e donne

Come visto in precedenza, questi studi hanno permesso di individuare alcuni predittori da tenere in considerazione durante la procedura di selezione del personale. I loro risultati hanno permesso di stabilire come le visioni competitive del mondo (Roulin et al. 2017) insieme a bassi livelli di coscienziosità ed estroversione facilitano la messa in atto di comportamenti di finzione (Bourdage et al., 2018). In particolare, Buehl et al., (2017) hanno scoperto che atteggiamenti positivi nei confronti della falsificazione, bassi livelli di onestà – umiltà e minori livelli di integrità morale sono antecedenti di un maggiore numero di occorrenze di questo comportamento all'interno di un'intervista di selezione.

Jonason & Webster (2010) hanno trovato come atteggiamenti positivi nei confronti dei comportamenti di finzione sono influenzati dalla triade oscura, risultato riprodotto anche dallo studio di Roulin et al., (2017). Inoltre, questi autori hanno messo in luce l'associazione negativa tra machiavellismo, narcisismo e psicopatia con il costrutto dell'onestà – umiltà, che porta a una conseguente e logica diminuzione di tali comportamenti.

Lo studio condotto da Lester, Anglim & Fullarton, (2015) ha trovato che maggiori tentativi di falsificazione sono messi in atto da persone che dispongono di punteggi elevati all'interno della dimensione dell'estroversione e della stabilità emotiva, risultato confermato solo per questa ultima dimensione anche da Buehl et al., (2017) mentre un risultato opposto sulla dimensione dell'estroversione è stato trovato da Powell et al., (2020). Nello specifico quest'ultimo studio rappresenta un filone di ricerca interessato ad approfondire come l'ansia da prestazione per l'intervista media la relazione tra la gestione ingannevole delle impressioni e alcuni aspetti della personalità.

Nella sua definizione più comune, l'ansia da prestazione rientra all'interno della categoria più generale delle ansie sociali, che derivano dalla *“prospettiva o presenza di un'autovalutazione in situazioni sociali reali o immaginarie”* (Schlenker & Leary, 1982). Questo tipo di ansie differiscono da quelle riguardanti il pericolo fisico dal potenziale di valutazione interpersonale; l'incapacità delle persone di affrontare con successo la natura valutativa insita nelle interazioni sociali è ciò che scatena l'ansia sociale (Powell et al., 2020). La motivazione dei candidati nell'impegnarsi in una gestione ingannevole delle impressioni all'interno di un colloquio lavorativo può avvenire secondo Leary & Kowalski, (1990) dalla discrepanza tra l'immagine reale dell'individuo e quella che desidera trasmettere durante l'autopresentazione ma anche da una preoccupazione per i

premi sociali e materiali che si possono ottenere a seguito di una situazione valutativa come quella del colloquio di selezione e all'ottenimento del lavoro. Gli obbiettivi dell'autopresentazione dei candidati consistono nell'essere visti come simili, caldi, competenti e onesti da parte dell'intervistatore (Amaral, Powell & Ho, 2019). L'ansia di prestazione che si verifica all'interno dell'intervista di selezione può essere, in parte, una reazione a preoccupazioni negative sull'autopresentazione in un contesto altamente valutativo. Infatti, per McCarthy & Goffin, (2004) il colloquio di lavoro è una situazione di natura altamente sociale e l'ansia che viene sperimentata al suo interno può essere definita come *“sentimenti di nervosismo o apprensione che sono relativamente stabili all'interno dei candidati in tutte le situazioni di colloquio lavorativo”*. L'ansia da intervista rientra infatti nella categoria delle ansie sociali che si attivano in presenza di altre persone. McCarthy et al., (2004) hanno delineato cinque dimensioni dell'ansia da intervista, di cui, ogni dimensione si concentra su sentimenti di nervosismo o apprensione intorno a un aspetto specifico di questa pratica. Queste dimensioni riguardano in primo luogo l'ansia da comunicazione che riflette i sentimenti di nervosismo per le proprie capacità di comunicazione verbale, non verbale e la capacità di ascolto; è un tipo di ansia rilevante per i colloqui di lavoro in quanto richiedono una costante comunicazione tra intervistato e intervistatore e le cognizioni associate all'imminente intervista tendono ad essere negative, focalizzando il soggetto su quanto male questo possa andare. In secondo luogo, troviamo l'ansia per il proprio aspetto fisico che consiste in una preoccupazione per la propria immagine corporea o per il proprio stile di abbigliamento all'interno di un colloquio. Successivamente, un altro aspetto importante è quello dell'ansia sociale, che riflette sentimenti di nervosismo o apprensione nel saper utilizzare in modo efficace i comportamenti sociali appropriati e deriva dal desiderio di piacere. L'ansia da prestazione

che consiste nella paura di fallire o a una preoccupazione per l'esito dell'intervista. Infine, l'ansia comportamentale coinvolge le relazioni autonome che il proprio corpo ha durante l'intervista (e.g. battito cardiaco accelerato, mani sudate). Queste cinque dimensioni identificano la natura interpersonale, sociale e valutativa che è caratteristica delle interviste. Esistono altri esempi di studi che hanno deciso di indagare il legame tra le tecniche di gestione ingannevole delle impressioni e l'ansia da prestazione per l'intervista trovando un'associazione positiva, come nello studio di Law et al., (2016) con  $r = .35$  oppure come quello condotto da Charbonneau & Powell, (2018) che ha individuato un'associazione di  $r = .33$ .

A tal proposito, Powell et al. (2020) hanno condotto la loro ricerca su un campione di studenti universitari ( $N=202$ ) partendo dal presupposto teorico che le tecniche di gestione ingannevole delle impressioni possono essere considerate un meccanismo di autoprotezione dei candidati; queste derivano dalle preoccupazioni legate all'autopresentazione e quindi legate al timore di non riuscire a trasmettere l'impressione desiderata, oppure di essere percepiti negativamente da parte dell'intervistatore. I risultati dello studio suggeriscono che l'ansia da prestazione per l'intervista sia un fattore che contribuisce positivamente alla volontà di un candidato di utilizzare una gestione ingannevole delle impressioni. Inoltre, la relazione esistente tra l'utilizzo di queste tecniche con i tratti di personalità dell'estroversione e dell'onestà – umiltà è mediata dall'ansia da prestazione; sembra quindi che le tecniche di gestione ingannevole delle impressioni siano, secondo questa prospettiva, un meccanismo protettivo per migliorare la propria autostima quando si sperimentano problemi nella propria autopresentazione. Allo stesso modo, Melchers, K. G. et al., (2020) hanno individuato studi che evidenziano correlazioni negative tra il tratto dell'onestà – umiltà e le tecniche di gestione ingannevole

delle impressioni, con valori che vanno da  $r = -.20$  a  $r = -.40$ . Gli autori suggeriscono che, a differenza delle persone umili e oneste, coloro che hanno bassi livelli nel tratto dell'onestà – umiltà sperimentano una forte preoccupazione per la loro presentazione e quindi una maggiore discrepanza tra la loro immagine attuale e quella desiderata e di conseguenza una maggiore ansia da intervista; inoltre, i fini strumentali tendono a motivare i soggetti nel ricercare un maggiore successo al suo interno.

Le persone più estroverse invece, sono maggiormente orientate alle ricompense di tipo sociale, e durante il colloquio si impegnano a creare un'immagine positiva nell'intervistatore mentre si preoccupano meno di ritrarre la loro immagine desiderata. Le persone estroverse sono più assertive, fiduciose e a proprio agio nelle situazioni sociali ed essendo maggiormente sicuri di sé e delle loro capacità, sono meno propensi nell'utilizzare tattiche ingannevole nelle loro autopresentazioni in quanto sperimentano una minore ansia da prestazione per l'intervista (Powell et al., 2020). Anche Schneider et al. (2015) hanno individuato una relazione negativa tra ansia di prestazione per l'intervista e l'estroversione con valori che variano da  $r = -.33$  a  $r = -.24$ . Oltre all'estroversione, nella review di Melchers, K. G. et al., (2020), è stato oggetto di interesse anche il tratto del nevroticismo e della stabilità emotiva; a tal proposito vengono riportati gli studi di Lester et al. (2015) e Buehl et al., (2017) che individuano una correlazione positiva rispettivamente di  $r = .19$  e  $r = .13$  con le intenzioni e il comportamento di falsificazione. Questo tratto di personalità rappresenta la tendenza a provare emozioni negative, tra cui ansia e stress, e spinge le persone a preoccuparsi di ciò che gli altri pensano di sé stesse ed è per questo probabile che cerchino di gestire le impressioni, anche in maniera ingannevole, per manipolare l'immagine che proiettano sugli altri (Buehl et al., 2017). Autori come Joormann & Gotlib (2010) concettualizzano l'elevato

nevroticismo come una forma di regolazione emotiva o come la tendenza nel vedere il mondo in modo più negativo. Gli autori sostengono che la proiezione della propria diffidenza sugli altri candidati e sull'intervistatore aumenta le probabilità che vengano assunti atteggiamenti falsificatori; esistono prove empiriche riguardanti la relazione tra nevroticismo e falsificazione nei test di personalità e in altre misure non cognitive. Powell et al. (2020) riconoscono l'importanza delle differenze individuali nella sperimentazione dell'ansia da performance per l'intervista e come detto in precedenza, McCarthy et al., (2004) considerano questa tipologia nella categoria delle ansie sociali che si attivano in presenza di altre persone, essendo il colloquio un momento sociale e valutativo che porta le persone a sperimentare sentimenti di nervosismo e di agitazione; precedenti studi (e.g. Newby, Pitura, Penney, Klein, Flett & Hewitt, 2017) hanno stabilito che il nevroticismo è associato positivamente all'ansia sociale e dunque potrebbe essere uno dei meccanismi regolatori dell'ansia da prestazione.

#### ***2.4 – Falsificabilità e validità predittiva***

Dopo aver trattato quelle che sono le caratteristiche che predispongono e spingono il candidato a mentire nei confronti delle proprie abilità, capacità ed esperienze pregresse, è fondamentale comprendere se la finzione influisce sulla validità di criterio. Il comportamento disonesto è stato poco studiato in relazione al criterio e, in particolare, quanto influisce sulle valutazioni finali dei candidati implicando delle conseguenze negative per il processo di selezione. Infatti, gli intervistati che si impegnano nell'utilizzo della gestione ingannevole delle impressioni ottengono punteggi migliori nelle interviste rispetto a coloro che utilizzano tecniche oneste; questo sarebbe dovuto alle loro abilità

cognitive e più, nello specifico, all'ATIC. Questo influenza la misura in cui i candidati possono migliorare i loro punteggi nei colloqui di selezione (Marcus, 2009). Gli studi che hanno provato a indagare gli effetti della falsificazione sulla validità di criterio hanno ottenuto dei risultati contrastanti. Da un lato, Ones, Viswesvaran e Schmidt (1993) e Hough, Eaton, Dunnette, Kamp e McCloy (1990) non hanno trovato prove di effetti dannosi del comportamento di finzione sulle misure di personalità e in relazione alla validità legata ai criteri della selezione. Dall'altro, studi più recenti hanno individuato una diminuzione della validità di criterio dell'intervista (Donovan, Dwight & Schneider, 2014; Peterson, Griffith, Isaacson, O'Connell, & Mangos, 2011). Secondo il modello di Salgado (2016), i comportamenti di finzione aumentano la media e diminuiscono la varianza dei punteggi dei candidati all'interno di una procedura di selezione, in questo modo la falsificazione comporta un'omogeneizzazione dei punteggi. A causa di questo fenomeno e della riduzione della varianza sistematica, il modello di Salgado (2016) prevede una diminuzione dell'affidabilità e della validità relativa ai criteri della procedura di selezione come conseguenza dei comportamenti di finzione. Il modello di Marcus (2009) che include le abilità cognitive e il costrutto ATIC, stabilisce invece che fingere produce un effetto positivo sulla validità di criterio portando a un miglioramento del punteggio nelle interviste di selezione. Le previsioni del modello di Marcus sono differenti rispetto al modello di Salgado (2016) che assume unicamente un effetto di omogeneizzazione che riduce la varianza rilevata nei punteggi del candidato nella procedura di selezione. Allo stesso modo di Salgado (2016), una recente metanalisi condotta da Hu & Conelly (2021) ha trovato che la variabilità delle risposte riguardanti i test di personalità era inferiore nei contesti ad alto rischio rispetto a contesti con bassa posta in gioco. Sono stati presi in considerazione degli studi svolti con un disegno di

ricerca within-subject nel quale i partecipanti vengono testati sia all'interno di un contesto ad "alto rischio" (candidati a una posizione lavorativa), sia a "basso rischio" (condizione di laboratorio). Testare gli stessi soggetti in due condizioni differenti implica che il punteggio sottostante a un test di personalità sia sempre lo stesso e che la sua variazione attraverso le condizioni può essere attribuita alla falsificazione. Hanno testato come il rapporto con i punteggi ai test possa variare in funzione dell'ordine di assegnazione, studiando gli effetti da un contesto al "alto rischio" a "basso rischio" ( $k = 16$ ) e viceversa ( $k = 4$ ). Come descritto sopra, i risultati dipingono un'immagine di individui che utilizzano una gamma di risposte alle domande leggermente vincolata e più positiva quando rispondono in scenari ad alto rischio. Quindi, passare da un contesto ad "alto rischio" a uno a "basso rischio" influisce sui punteggi ai test esagerando positivamente nelle loro risposte sui tratti della coscienziosità e della stabilità emotiva.

Lo studio condotto da Buehl et al., (2019) ha dimostrato che la finzione contribuisce a prevedere la task performance invece di compromettere la validità relativa ai criteri. Lo stesso però, non avviene nei confronti delle contextual performance, ovvero quei comportamenti di cittadinanza organizzativa che sono fondamentali per il successo organizzativo. La letteratura su questo tema non è concorde e l'evidenza empirica non è sufficientemente sviluppata per trarre conclusioni affidabili o per orientare la pratica professionale.

## ***2.5 – Formato del colloquio***

Le ricerche hanno rilevato che le tecniche assertive, quindi la leggera e l'ampia creazione di immagini, sono utilizzate maggiormente all'interno di interviste situazionali, mentre

l'ingraziamento e le tecniche difensive sono state maggiormente utilizzate nell'intervista comportamentale (Melchers et al., 2020). Altri studi hanno rilevato come il grado di strutturazione dell'intervista permetta di diminuire i tentativi e comportamenti di finzione. Nelle interviste meno strutturate sono presenti maggiori tentativi di falsificazione rispetto alle interviste più strutturate (Barrick, Shaffer & DeGrassi, 2009). Bourdage et al. (2018) hanno scoperto che né le interviste panel né la conduzione di lunghe interviste hanno influenzato l'utilizzo di comportamenti di falsificazione (Melchers et al., 2020).

## ***2.6 – Caratteristiche dell'intervistatore***

Bourdage et al. (2018) ha evidenziato come i candidati utilizzino tecniche di gestione onesta delle impressioni quando i colloqui vengono condotti da quelli che in futuro potrebbero essere i loro diretti supervisori rispetto a quando vengono condotti da professionisti delle risorse umane. Dato che hanno maggiori conoscenze tecniche sul lavoro i candidati potrebbero impegnarsi nell'utilizzo di un'autopromozione onesta per risaltare le loro capacità. Inoltre, dato che, in caso di assunzione, interagiranno regolarmente con i supervisori, i candidati potrebbero utilizzare tecniche di ingraziamento onesto in quanto potrebbe essere un buon modo per iniziare la relazione professionale.

## ***2.7 – Fattori culturali***

Prendendo in considerazione i fattori culturali Fell, König & Kammerhoff, (2016) hanno riscontrato differenze interculturali nelle attitudini nei confronti dei comportamenti di

falsificazione nelle interviste. Hanno suddiviso le intenzioni di finzione in lievi e gravi similmente alla creazione di immagini leggere ed estese, ed esaminato le relazioni con le differenti dimensioni culturali GLOBE (assertività, collettivismo istituzionale, collettivismo di gruppo, orientamento alla performance, distanza dal potere, evitamento dell'incertezza). Le intenzioni di falsificazione risultavano connesse negativamente con l'evitamento dell'incertezza solo per la finzione lieve ed egualitarismo di genere; mostrava invece una relazione positiva con distanza dal potere e collettivismo di gruppo. Alcuni studi hanno affrontato il tema della falsificazione in specifici paesi. I candidati degli Stati Uniti sembrano mentire in maniera maggiore delle loro controparti europee, e solo leggermente di più di quelli cinesi (König, Wong & Cen, 2012).

## ***2.8 – Fattori contestuali***

Anche i fattori contestuali possono essere identificati come variabili in grado di influenzare la motivazione al falso; un esempio è l'attrattività dell'organizzazione, Buehl et al. (2018) hanno scoperto che nei colloqui di ammissione per programmi di studio rinomati, gli studenti hanno riportato una maggiore volontà di falsificazione anche se la competizione, intesa come rapporto di selezione, non ha influenzato la frequenza di questo comportamento. Al contrario, Ho, Powell, Barclay & Gill (2019) hanno trovato una relazione positiva tra le percezioni di competitività per un lavoro e le intenzioni disoneste associate alla falsificazione. All'interno del loro studio, che ha usato come frame work il modello di Roulin et al. (2016), hanno ipotizzato che la percezione di competitività sia prodotta da due elementi fondamentali: il numero di concorrenti, quindi il numero assoluto di persone che fanno domanda per un lavoro, e il rapporto di selezione,

inteso come la percentuale di candidati assunti all'interno di un pool di candidati (Ho et al., 2019). La teoria del confronto sociale, ovvero la tendenza all'autovalutazione e al confronto con gli altri (Garcia, Tor & Schiff, 2013), propone che gli individui siano spinti a migliorare le loro prestazioni nei compiti riducendo le discrepanze con gli altri concorrenti. Il modello del confronto sociale di Garcia et al. (2013) teorizza "l'effetto N" che porta a un aumento del comportamento competitivo al diminuire del numero dei concorrenti. In situazioni nel quale sono presenti molti concorrenti, l'uso dei confronti sociali come fonte di informazione è meno praticabile riducendo la motivazione alla competizione (Ho et al., 2019). I risultati dello studio hanno mostrato nello specifico che la motivazione al falso aumenta in relazione alla presenza di pochi concorrenti e di un piccolo rapporto di selezione, in particolare quest'ultimo aspetto incrementa nel candidato la percezione di competizione comportando l'aumento di comportamenti di falsificazione. La variabile di personalità onestà – umiltà non esercita un effetto di moderazione come previsto dal modello di Roulin et Al. (2016), non permettendo di modificare le percezioni dei partecipanti verso gli altri concorrenti suggerendo che l'effetto concorrenza ha un'influenza relativamente simile su tutti i candidati, nonostante il loro livello di onestà (Ho et al., 2019).

### ***2.9 – Una procedura per la riduzione dei tentativi di falsificazione durante l'intervista di selezione***

Trovare modi per ridurre i comportamenti di finzione nell'intervista o per individuarne i tentativi è una questione molto importante per le organizzazioni, vista l'importanza del colloquio come strumento di selezione (Ho et al., 2019). La stessa questione sulla

riduzione della falsificazione delle informazioni viene affrontata anche nell'ambito delle misure di personalità, ampiamente utilizzate all'interno della selezione del personale. Una procedura che si è rivelata utile nella riduzione dei tentativi di finzione all'interno dei test di personalità è quella che viene definita "test – warning – retest". Questa procedura, proposta da Landers, Sackett & Tuzinski, (2011) prevede due fasi principali: la prima implica la compilazione di una Bogus scale, che ha lo scopo di individuare chi si sta impegnando nell'inganno. Infatti, durante la sua compilazione, se il candidato finge di conoscere o dichiara di conoscere delle tecniche inesistenti descritte con delle dichiarazioni false, viene segnalato come falsificatore; successivamente viene richiesta la compilazione di una scala di gestione delle impressioni, che ha lo scopo di individuare i tentativi più sottili di falsificazione. Infine, il candidato deve compilare un piccolo pool di item di personalità. Se i punteggi della scala Bogus o di gestione delle impressioni superano un certo punteggio, il soggetto viene segnalato come potenziale falsificatore e riceverà un messaggio di avviso prima di essere portato al secondo passaggio, il blocco principale. Questo comprende le stesse scale, l'unica differenza è la presenza del test di personalità nella sua forma completa. Fan, Gao, Carroll, Lopez, Tian & Meng, (2012) hanno utilizzato questa procedura all'interno di due studi condotti rispettivamente su un campione di 157 e 386 partecipanti. In generale, i risultati hanno dimostrato che i candidati che hanno ottenuto punteggi elevati nelle scale bogus e di gestione delle impressioni, attraverso il messaggio di avviso, hanno ridimensionato il loro comportamento e ridotto i tentativi di finzione fornendo delle informazioni più reali nella compilazione dei test di personalità. Invece, lo studio condotto da Law, Bourdage & O'Neill, (2016) utilizza un paradigma preventivo che a differenza di quello utilizzato da Landers et al. (2011), non punta alla creazione di avvisi mirati verso i pochi candidati che

si impegnano in comportamenti disonesti, ma nei confronti di tutti i partecipanti. Il modello utilizzato al suo interno è quello di Levashina & Campion (2006) e il fattore di personalità preso in considerazione è quello dell'onestà – umiltà. Questo aspetto è importante in quanto, negli studi condotti nel corso del tempo, è risultato essere il più importante predittore di personalità nell'utilizzo di tecniche di gestione delle impressioni sul posto di lavoro; è strettamente legato con la falsificazione all'interno del colloquio e ha forti implicazioni pratiche in relazione all'impatto che la finzione ha sul ranking dell'intervista. Coloro che hanno bassi punteggi nel costrutto dell'onestà – umiltà sono più manipolatori, egoisti e credono di essere superiori agli altri (Lee & Ashton, 2004). Infatti, questo aspetto è considerato come il fattore sottostante delle variabili di personalità della triade oscura (machiavellismo, narcisismo e psicopatia). Se gli intervistatori non sono in grado di individuare le tecniche di gestione ingannevole delle impressioni in tempo reale all'interno del colloquio di selezione, è opportuno trovare dei metodi alternativi che scoraggino l'utilizzo di queste tecniche.

Studi precedenti hanno rilevato come le procedure di avviso possono dare risposta a questa necessità essendo in grado di ridurre la volontà e la capacità degli individui di mettere in atto comportamenti di falsificazione all'interno del colloquio. Riprendendo il paradigma preventivo di Dwight & Donovan, (2003) sono testate 3 possibilità:

- Avviso di Identificazione: informare le persone che si è in grado di rilevare le risposte disoneste

- Avviso di Conseguenze: informare le persone sulle conseguenze delle conseguenze negative che si verificherebbero se fossero impegnati in comportamenti di finzione
- Avviso Combinato: includeva sia elementi di identificazione che di conseguenza

I risultati hanno stabilito che “l’avviso di identificazione” è stato in grado di ridurre la finzione tra gli intervistati; coloro che si trovavano nelle condizioni di “avviso” hanno riferito di impegnarsi meno nella creazione di immagini leggere ed estese rispetto a coloro che si trovavano nella condizione di controllo; l’avviso ha effettivamente ridotto l’utilizzo di queste tecniche. Tra le 3 condizioni testate, solo la condizione di “avviso di identificazione” è stata in grado di ridurre la capacità percepita del candidato di fingere comportando una riduzione del comportamento di falsificazione. Law et Al. (2016) sostengono infatti che quando gli individui percepiscono un maggiore rischio di essere individuati, si sentono meno sicuri delle loro capacità e si impegnano di meno in comportamenti di gestione ingannevole delle impressioni. La condizione di “avviso di conseguenze” e la condizione di “avviso combinato” non hanno ridotto l’utilizzo di questi comportamenti. In questo senso, Bourdage et al. (2020) sostengono che l’efficacia di questo avvertimento e il suo utilizzo prima dell’intervista potrebbe agire sull’atteggiamento e sulle norme soggettive di un individuo portandolo a valutare se tale comportamento è saggio, utile, socialmente appropriato e accettabile. Lo studio prevedeva anche la misura delle reazioni dei candidati nei confronti dell’ansia da prestazione e della giustizia procedurale; è stata trovata un’associazione positiva tra le tattiche di gestione ingannevole delle impressioni e ansia da prestazione con  $r = .35$ .

Quest'ultima è possibile che sia uno spunto utile per l'intervistatore per comprendere se l'intervistato si stia impegnando in comportamenti di finzione (Law et Al., 2016).

Oltre allo studio appena trattato, in letteratura è presente solamente un altro studio che testa l'efficacia di una procedura preventiva come quella data dall'avviso di identificazione. Bill, Melchers, Buehl & Wank (2020) hanno effettuato una serie di tre studi online con lo scopo di indagare l'effetto delle variabili situazionali (concorrenza e avviso) sulla falsificazione. Il disegno di ricerca utilizzato nei primi 2 studi è quello 2 x 2 between-subjects (alta vs bassa competizione e avviso di verifica vs assenza di verifica) mentre il terzo studio ha utilizzato un disegno sperimentale 2 x 2 x 2 (studenti vs non studenti; alta vs bassa competizione; avviso di verifica vs assenza di verifica) between-subject. In primo luogo, veniva chiesto di compilare delle misure di personalità. In seguito, venivano presentate le manipolazioni sperimentali mediante l'utilizzo di vignette. Nello studio 1 (N=96), al fine di manipolare la verifica, veniva detto al partecipante di immaginare di dover restituire informazioni su potenziali riferimenti (ad esempio, docenti del loro programma di bachelor) e che l'università avrebbe contattato questi riferimenti per verificare le loro risposte dal colloquio. Ai partecipanti è stato detto che i candidati sarebbero stati esclusi dal processo di candidatura, se avessero fornito informazioni non veritiere. Nello studio 2 (N=114), nella condizione di verifica, è stato affermato che i candidati dovevano fornire i dati di contatto dei loro supervisori e di alcuni colleghi per verificare le loro risposte al colloquio. Inoltre, veniva detto loro che questi riferimenti sono stati effettivamente contattati e alcuni precedenti richiedenti sono stati esclusi perché avevano fornito informazioni false. Nello studio 3 (N=711), per manipolare la verifica, veniva detto di immaginare di dover specificare tre riferimenti; in seguito, l'organizzazione avrebbe poi contattato questi riferimenti per verificare le

risposte date nel colloquio e, in caso di informazioni fraudolente, i candidati sarebbero stati esclusi da questo e dai futuri processi di candidatura. A seguito della presentazione delle manipolazioni, veniva chiesto loro di immaginare di essere chiamati a un colloquio di selezione per un prestigioso master o per un colloquio di lavoro presso una organizzazione giudicata come attraente. Infine, venivano misurate le intenzioni di falsificazione. I risultati riscontrati sono solo parzialmente in linea con l'unico studio che ha esaminato gli effetti degli avvertimenti sul comportamento in un contesto di intervista simulato, quello di Law et al. (2016). La manipolazione riguardante l'avviso di identificazione non ha avuto l'effetto desiderato, non ha diminuito in maniera significativa le intenzioni di falsificazione in un successivo colloquio (Studio 1:  $\beta = -.03$ ,  $p > .05$ ; Studio 2:  $\beta = -.16$ ,  $p > .05$ ; Studio 3:  $\beta = -.07$ ,  $p < .05$  su  $N=711$ ). Un risultato interessante ricavato da questo studio è che la condizione di "avviso di identificazione" rispetto alla condizione di "assenza di avviso" abbia incoraggiato i partecipanti a utilizzare una gestione delle impressioni più onesta, anche se l'effetto è minimo ( $\beta = .08$ ;  $p < .05$ ) (Bill et al., 2020).

### ***2.10 – Credenze stereotipiche sull'inganno***

Come riportato negli studi di Weiss & Feldman (2006) e Levashina & Campion (2007) l'utilizzo dell'inganno è molto comune all'interno dei colloqui di selezione, anche se Bourdage et al. (2017) sostengono che la sua prevalenza è minore nei candidati a una posizione lavorativa reale. Secondo Roulin et al. (2015), una delle principali problematiche che gli intervistatori devono affrontare durante un colloquio di lavoro risiede nell'incapacità di poter rilevare l'inganno con precisione. Le tecniche di gestione

ingannevole delle impressioni sono riscontrabili anche all'interno delle interazioni quotidiane, Bond & DePaulo (2006) hanno scoperto che le persone sono in grado di distinguere la verità dall'inganno con una probabilità del 54%, una percentuale di poco al di sopra del caso. Una delle spiegazioni che comunemente viene fornita per questo fenomeno stabilisce che c'è una mancanza di sovrapposizione tra gli indizi oggettivi che la ricerca ha dimostrato essere associata all'inganno e gli indizi soggettivi che le persone credono siano associati all'inganno (Vrij, 2000). Gli studi condotti dal Global Research Deception Team (2006) in 75 paesi stabiliscono che la credenza più comune sull'inganno in tutto il mondo è che i bugiardi evitano il contatto visivo (63,66%), sono più nervosi (28,15%), incoerenti nel discorso (25,30%) e utilizzano specifici movimenti del corpo (25,04%). Invece, altri autori come Hurley, Griffin & Stefanone, (2014) hanno voluto identificare sistematicamente le origini percepite delle credenze sull'inganno. Lo studio è stato condotto su un campione di studenti universitari (N=161) e ha permesso di identificare 7 famiglie dal quale si possono far derivare le credenze sui segnali dell'inganno. Nella Tabella 4 si riportano i dati riguardanti le origini e le convinzioni sull'inganno più frequentemente utilizzate.

Tabella 4

*Origini sulle convinzioni maggiormente utilizzate nella rilevazione dell'inganno secondo Hurley et al. (2014).*

<b>Categoria di credenza</b>	<b>% Campione</b>	<b>Comportamento Osservato</b>	<b>Mass Media</b>	<b>Social networks</b>	<b>Personal Behavior</b>	<b>A Priori</b>	<b>Università</b>	<b>Altri</b>
Contatto visivo	50.30%	57%	25%	21%	10%	6%	9%	7%
Espressione facciale	6.80%	55%	9%	18%	9%	9%		18%
Contraddizioni	5.60%	33%		22%	22%	11%		22%
Linguaggio del corpo	4.30%	29%	14%	14%	14%	14%	14%	

Il “comportamento osservato” nelle altre persone è la fonte che impatta maggiormente sulle credenze relative agli indicatori di inganno, utilizzandoli per guidare i loro giudizi nei confronti degli altri. Questo processo osservativo induce le persone ad essere dei giudici mediocri nella rilevazione della menzogna alimentando le credenze erranee e gli stereotipi prescrittivi possedute sul bugiardo e sui segnali verbali e non verbali di inganno; infatti, le persone che mostrano comportamenti che sono stereotipicamente associati ad esso sono spesso giudicate ingannevoli. Allo stesso modo, essendo consapevoli delle credenze comuni sull’inganno e del fatto che il loro comportamento viene osservato per rilevarne i segnali, i bugiardi utilizzano risorse cognitive per controllare il loro comportamento, evitando di manifestare gli indizi comportamentali stereotipici dell’inganno (e.g. avversione dello sguardo, adattatori, illustratori). Cercano di restituire un’impressione di onestà sopprimendo i segni di nervosismo e carico cognitivo (Vrij, 2000). Queste credenze sono trasversalmente presenti in culture diverse e vengono trasmesse al loro interno, perpetrando stereotipi comuni ed esponendo i suoi membri a informazioni errate sull’argomento (Vrij, Hartwig, & Granhag, 2019). La ricerca in psicologia sociale ha dimostrato il potere che gli stereotipi possono avere; infatti, una volta che si sono formate delle opinioni stereotipate, vengono attivati vari processi cognitivi che ne aumentano la persistenza. Questo avviene mediante l’individuazione di correlazioni illusorie; in questo modo, le persone tendono a ricercare informazioni che confermino piuttosto che disconfermino le loro convinzioni, aumentando la fiducia che le loro opinioni siano corrette rendendo meno probabile che le alterino. Quando le persone si imbattono in eventi che le disconfermano, attivano un processo chiamato “perseveranza delle convinzioni”, in cui è maggiormente probabile che ignorino le nuove informazioni

piuttosto che utilizzarle per reinterpretare quelle già in loro possesso o come prova che la loro iniziale opinione fosse errata (Vrij, Hartwig & Granhag, 2019).

A tal proposito, il segnale ritenuto maggiormente diagnostico di inganno a livello mondiale, come dimostrato all'interno delle meta-analisi di DePaulo et al. (2003) e Sporer & Schwandt (2007) non è scientificamente associato all'inganno. Allo stesso modo, l'incoerenza del discorso è associata all'inganno per effetto della "euristica della coerenza", che, a sua volta, associa la coerenza all'onestà; è stato dimostrato che la coerenza influenza le percezioni di veridicità ma non può essere considerato un criterio per la distinzione tra persone oneste e bugiarde (Hudson, Vrij, Akehurst, Hope & Satchell, 2020). Colwell, Hiscock-Anisman, Memon, Taylor & Prewett, (2007) ritengono che le dichiarazioni oneste siano più vivide e spontanee, ricche di dettagli esterni e contestuali. Inoltre, le persone oneste sono coloro che a seguito dell'evocazione libera di un determinato evento sono in grado di aggiungere, in un secondo momento, dettagli alle loro dichiarazioni grazie a dei richiami memonici. In generale, i bugiardi riferiscono di mantenere la coerenza come strategia per apparire credibili, cercando di ridurre la quantità di incoerenza e incongruenza nei dettagli delle loro dichiarazioni (Verigin, Meijer, Vrij & Zauzig, 2020).

La mancanza di sovrapposizione tra indizi oggettivi e credenze soggettive sull'inganno è stata individuata anche nella meta-analisi condotta da Hartwig & Bond (2011) come causa di opinioni erranee sull'argomento stabilendo, inoltre, come le persone siano inconsapevoli delle loro credenze imprecise.

Le convinzioni sull'inganno sono state studiate all'interno di professioni, come quelle giuridiche, che quotidianamente valutano la veridicità delle dichiarazioni di testimoni e sospetti. Anche se giudicare la veridicità delle informazioni non è importante solo in

campo giuridico, all'interno di queste professioni le decisioni che vengono prese possono avere delle conseguenze di ampia portata sulla vita delle persone. Per iniziare, sono diverse le categorie professionali che hanno mostrato di possedere delle credenze simili e stereotipiche sull'inganno. Tra queste troviamo gli agenti e gli ufficiali di polizia che hanno dichiarato di ricercare un aumento della frequenza di alcuni movimenti come quelli delle mani, delle braccia e delle gambe insieme a una diminuzione del contatto visivo (Akehurst et al., 1996; Colwell, Miller, Miller & Lyons, 2006). Tuttavia, secondo Sporer et al., (2007), solo i movimenti della mano possono essere un indicatore di inganno ( $r = -.186$ ,  $k = 5$ ,  $N = 308$ ), anche se DePaulo et al., (2003) nella loro meta-analisi hanno trovato che questo indizio non ha un'associazione con la menzogna ( $d = .00$ ,  $K = 29$ ,  $N = 951$ ). Il contatto visivo è stato studiato sia da DePaulo et al., (2003) che da Sporer et al., (2007) i quali hanno osservato che non ha delle associazioni statisticamente significative con l'inganno ( $d_1 = .01$ ,  $k_1 = 32$ ,  $N_1 = 1491$ ;  $r_2 = -.007$ ,  $k_2 = 15$ ,  $N_2 = 791$ ). Secondo uno studio condotto da Vrij, Akehurst, & Knight, (2006) credenze stereotipiche simili a quelle degli agenti di polizia sono presenti anche in assistenti sociali e maestri. Infatti, i maestri ritengono l'avversione allo sguardo e la produzione non strutturata del linguaggio siano indicatori di menzogna nei bambini; sono delle convinzioni che, nonostante la loro infondatezza scientifica, è improbabile vengano messe in discussione in quanto condivise anche da agenti di polizia e assistenti sociali. All'interno della meta-analisi di DePaulo et al., (2003) è stato osservato che la produzione non strutturata del linguaggio è un pessimo indicatore di inganno ( $d = -.06$ ,  $k = 5$ ,  $N = 211$ ), mentre sia in Bond & DePaulo (2003) e Spoorer & Schwandt (2007) l'avversione allo sguardo è solo debolmente correlato all'inganno ( $d_1 = .03$ ,  $k_1 = 6$ ,  $N_1 = 411$ ;  $r_2 = .027$ ,  $k_2 = 5$ ,  $N_2 = 303$ ).

Professioni che hanno un contatto diretto con i sospettati e che svolgono il loro lavoro in condizioni differenti sembra che utilizzino indicatori differenti per valutare la veridicità delle affermazioni. Pubblici ministeri e giudici, che lavorano principalmente su dossier e resoconti ritengono maggiormente validi i segnali verbali come la ricchezza dei dettagli, la coerenza e il tono della voce (Strömwall & Granhag, 2003). La ricchezza dei dettagli che in DePaulo et al., (2003) tende ad essere associata all'inganno ( $d = -.30$ ,  $k = 24$ ,  $N = 883$ ); il tono della voce invece, che sia in DePaulo et al., (2003) che in Sporer et al., (2007) trova supporto empirico ( $d_1 = .21$ ,  $k_1 = 12$ ,  $N_1 = 294$ ;  $r_2 = .10$ ,  $k_2 = 7$ ,  $N_2 = 284$ ). Per quanto riguarda la coerenza, in DePaulo et al., (2003) viene racchiuso all'interno dell'indicatore *struttura logica* che è associato negativamente all'inganno ( $d = -.25$ ,  $K = 6$ ,  $N = 223$ ), tuttavia l'aspetto è critico in quanto rientra nell'euristica della coerenza (Hudson et al., 2020). In Hartwig & Bond (2011) viene compiuta la distinzione tra indizio percepito d'inganno ( $r = -.34$ ,  $k = 7$ ,  $N = 563$ ) ed indizio effettivo d'inganno ( $r = -.16$ ,  $k = 6$ ,  $N = 223$ ). A tal proposito, Granhag, Andersson, Strömwall & Hartwig, (2004) hanno scoperto che i detenuti ritengono che la coerenza non sia un aspetto utile per la distinzione tra persone oneste e disoneste, come nemmeno i movimenti del corpo e le pause. I movimenti del corpo nello studio di DePaulo et al., (2003) sono debolmente associati all'inganno ( $d = .11$ ,  $K = 4$ ,  $N = 214$ ). Le pause, invece, sono un pessimo indicatore di inganno. Sia DePaulo et al., (2003) sia Sporer et al., (2006) hanno osservato infatti che sono debolmente correlate alla falsificazione ( $d_1 = .01$ ,  $k_1 = 15$ ,  $N_1 = 655$ ;  $r_2 = .017$ ,  $k_2 = 9$ ,  $N_2 = 464$ ). Questo perché i detenuti possiedono meno conoscenze stereotipate sull'inganno in quanto vivono all'interno di una cultura maggiormente disonesta rispetto alle altre persone portandoli a sviluppare un pregiudizio più debole nei confronti della

verità e a una percezione più realistica della frequenza dell'inganno, rendendoli più consapevoli del funzionamento delle strategie disoneste (Granhag et al., 2004).

L'analisi di queste professioni permette di comprendere come le credenze possedute in relazione al tema dell'inganno siano simili alle credenze comuni. Forrest, Feldman & Tyler (2004) sostengono che le persone con convinzioni più accurate sugli indizi relativi all'inganno siano migliori nella sua rilevazione, rispetto a coloro che hanno delle convinzioni meno accurate; tuttavia, avere convinzioni corrette su questi indizi non necessariamente comporta una maggiore precisione nel suo rilevamento (Hartwig & Bond, 2011).

Come in Roulin et al., (2015), è stato riscontrato come gli intervistatori esperti non siano migliori di quelli inesperti nell'individuazione delle tecniche di gestione ingannevole delle impressioni durante un colloquio lavorativo. Questi studi hanno dimostrato come gli anni di esperienza nello svolgimento di professioni giuridiche non comportino delle modificazioni nelle credenze riguardanti gli indicatori per la rilevazione dell'inganno facilitandone il compito. Piuttosto, l'esperienza comporta un aumento dell'accuratezza sui giudizi legati alla verità e a una diminuzione dell'accuratezza nel giudicare dichiarazioni preparate prima dall'interrogatorio e quindi ingannevoli. Questo pregiudizio per la verità è in contrasto con la scoperta che gli ufficiali mostrano un pregiudizio per la menzogna, cioè una maggior accuratezza nell'individuazione della bugia rispetto alle verità (Bogaard et al., 2018). L'effetto determinato dall'esperienza, associato a un pregiudizio legato alla verità, è riscontrabile anche nel caso degli intervistatori che conducono i colloqui lavorativi. All'interno degli studi di Roulin et al., (2015) l'esperienza degli intervistatori era collegata a una migliore rilevazione delle tecniche di gestione onesta delle impressioni che portava gli intervistatori più esperti a

individuare una maggiore quantità di tentativi rispetto agli intervistatori inesperti. A seguito di ciò, è possibile notare come la fiducia nelle proprie abilità non è correlata alla conoscenza sugli indicatori comportamentali dell'inganno e all'accuratezza nella loro individuazione (Colwell et al., 2006). Per aumentare la consapevolezza e le conoscenze delle persone sui segnali dell'inganno la sola esperienza è insufficiente, in assenza di un riscontro immediato, frequente e affidabile (Hartwig e Bond, 2011). Infatti, Levine et al. (2019) hanno notato che gli agenti doganali d'élite, grazie alla ricerca di prove fisiche a seguito di colloqui di screening per casi come il contrabbando ha permesso loro di affinare la loro tecnica nell'individuazione della menzogna. La loro esperienza basata su una frequenza molto alta di giudizi sulla veridicità degli interrogati insieme a riscontri immediati sembra permettere loro di coltivare credenze più efficaci e corrette sugli indicatori dell'inganno (Levine et al., 2018). Questo processo viene definito come "ipotesi del feedback" e stabilisce che, a seguito di un'interazione, le persone dovrebbero essere informate nell'immediato delle affermazioni non veritiere in modo da potersi ricordare il comportamento non verbale utilizzato nell'interazione in modo da avere la conferma che il loro giudizio di veridicità o falsità fosse corretto; questo però non è uno scenario realistico (Vrij, Hartwig, & Granhag, 2019) e nella vita quotidiana il feedback è carente (Akehurst, Köhnken, Vrij & Bull, 1996). La mancanza di un feedback costruttivo riguardante i processi di giudizio impedisce loro di comprendere quali siano i segnali maggiormente indicativi dell'inganno, essendo che le persone utilizzano una combinazione di segnali accurati e imprecisi (Hurley et al., 2014).

### *2.10.1 – Gestione ingannevole dell'impressione e linguaggio non verbale*

La ricerca ha dimostrato che i candidati tendono ad utilizzare ampiamente le tecniche di gestione dell'impressione nelle interviste di selezione e questa può influenzare la valutazione degli intervistatori. Per Levashina & Campion (2006) la gestione ingannevole delle impressioni pone un problema per le organizzazioni che rischiano di assumere individui meno qualificati sulla base di informazioni fraudolente.

Al fine di gestire e manipolare al meglio la loro immagine, Melchers et al. (2020) evidenziano come gli intervistatori utilizzano comportamenti non verbali per creare un'immagine positiva nei confronti dei candidati. Allo stesso modo, Roulin et al., (2015) sostengono che è plausibile pensare che i candidati possano utilizzare comportamenti verbali e non verbali al fine di manipolare la loro immagine e la loro autopresentazione in modo disonesto e questi tentativi possono essere associati all'inganno.

Nel corso del tempo sono state elaborate differenti teorie che hanno fornito un background teorico per lo studio del comportamento associato alla menzogna: 1) teoria delle perdite non verbali, 2) teoria a quattro fattori, 3) teoria dell'autopresentazione e 4) teoria dell'inganno interpersonale.

La teoria delle perdite non verbali è stata elaborata da Paul Ekman e Wallace Friesen nel 1969 e distingue i segnali di perdita da quelli di inganno. I primi rivelano che la persona che sta mentendo cerca di nascondere come si sente in quel momento. L'inganno produce una risposta emotiva nel bugiardo che viene segnalata attraverso la via comportamentale. La manifestazione della menzogna può essere localizzata in differenti parti del corpo, ma rispetto ad altre, il viso è quella che ha una maggiore capacità di segnalazione e maggiori probabilità di ricevere un feedback da parte dell'interlocutore.

In funzione della sua espressività e dei feedback che vengono forniti, le persone sono consapevoli della loro espressione facciale ed esercitano su di essa un maggiore controllo; in questo modo la menzogna viene segnalata da delle brevi dimostrazioni di emozioni chiamate micro-espressioni facciali. I segnali di inganno indicano che questo potrebbe verificarsi, senza indicare la natura delle informazioni che vengono nascoste, generalmente si tratta di indizi come muovere le mani, le gambe e i piedi (Bond, Levine & Hartwig, 2015). Il contributo più importante di Ekman è stato la concettualizzazione del ruolo delle emozioni nel comportamento disonesto, che influenzano la modalità di comunicazione con segnali di apprensione (e.g. un tono del discorso più alto e forte, un'intonazione più alta, più pause ed errori vocali) e di paura (e.g. apparire più timorosi

quando la posta in gioco è più alta e la probabilità di successo più bassa). I bugiardi a seguito di un comportamento disonesto possono provare maggiore senso di colpa mostrando maggiori indicatori comportamentali di colpa (e.g. tono di voce più basso, un discorso lento insieme all'abbassamento dello sguardo) oppure sperimentare un "piacere nell'ingannare" che provoca eccitazione e orgoglio nel mentire. Il ruolo delle emozioni è significativo anche quando i bugiardi stanno vivendo emozioni che cercano di nascondere o che fingono di non provare e da queste, dipendono i segnali che identificano la menzogna (DePaulo, Lindsay, Malone, Muhlenbruck, Charlton, & Cooper, 2003). Gli studi effettuati su questa teoria non l'hanno mai del tutto supportata (Bond, Levine, & Hartwig, 2015).

La teoria dei quattro fattori ideata da Zuckerman, DePaulo e Rosenthal nel 1981, presuppone che non ci sia un collegamento diretto tra inganno e comportamento verbale e non verbale, ma che sia associato a quattro fattori psicologici:

- Emozioni: i bugiardi si sentono in colpa e temono il rilevamento;

- Eccitazione: questa è caratterizzata da un aumento della frequenza cardiaca, della pressione sanguigna e della conduttanza cutanea;
- Sforzo cognitivo: vengono richieste moltissime risorse per sopprimere la verità ed elaborare una menzogna dovendosi assicurare che sia coerente con le informazioni esterne. Questo processo appesantisce il carico cognitivo e induce a maggiori latenze di risposta, pause, errori vocali e minore utilizzo di gesti;
- Controllo comportamentale: cercando di apparire onesti, il comportamento che ne risulta è rigido.

Sono questi 4 fattori a dar origine alle differenze tra persone oneste e disoneste, come anche alle differenze individuali tra persone disoneste (Zuckerman, DePaulo & Rosenthal, 1981).

La teoria dell'autopresentazione di DePaulo, (1992) ha cambiato la prospettiva con il quale interpretare il comportamento non verbale legato all'inganno, identificandolo come strategico e legato a un obiettivo. Non necessariamente i segnali non verbali trasmettono impressioni false, ma concedono alle persone differenti modi di presentare la loro immagine, per questo solo raramente questa teoria li definisce come inconsci, sostenendo che sia le persone oneste che quelle disoneste si impegnano in un controllo strategico del loro comportamento al fine di trasmettere un'impressione veritiera. Il presupposto di questa teoria è che i segnali di inganno sono individuabili solo debolmente durante la vita

di tutti i giorni, ma ci sono delle condizioni (e.g. condizioni prive di motivazione, con motivazioni rilevanti per l'identità o condizioni non strumentali) in cui questi diventano più evidenti e facilmente osservabili (DePaulo, 1992; DePaulo et al., 2003).

Secondo la teoria dell'inganno interpersonale di Buller & Burgoon (1996) le persone che cercano di ingannare sono impegnate in differenti compiti contemporaneamente, cercano di trasmettere il loro messaggio disonesto e monitorano l'obiettivo dell'inganno alla ricerca di segni di sospetto adattando il loro comportamento di conseguenza; attraverso il feedback che ricavano dall'altro sono in grado di adattare le loro prestazioni al fine di raggiungere i loro obiettivi comunicativi (DePaulo, Lindsay, Malone, Muhlenbruck, Charlton & Cooper, 2003). L'inganno e i suoi differenti modelli comportamentali nascono dall'interazione di diversi fattori tra loro come le aspettative, gli obiettivi, le motivazioni, le conoscenze e le abilità di un interlocutore che lo utilizza per produrre una comunicazione vera o falsa. In funzione del controllo esercitato dall'altro, le mosse e contromosse utilizzate dal singolo daranno come risultato una comunicazione veritiera oppure l'inganno. L'interattività del contesto di comunicazione gioca un ruolo molto importante che può contribuire alla comunicazione disonesta, opportunità che viene offerta dagli spunti sociali, dall'immediatezza della comunicazione, dalla piacevolezza, dalla fluidità, dalle richieste conversazionali, dalla spontaneità e dal coinvolgimento (Buller, & Burgoon, 1996). Le motivazioni per ingannare possono essere differenti, ma gli autori ne individuano principalmente 3: strumentale, relazionale (e.g. evitare problemi di relazione) e di identità (e.g. proteggere la propria immagine). I bugiardi motivati strumentalmente sono coloro che provano maggiore apprensione rispetto agli altri impegnandosi maggiormente nell'elaborazione di piani di elevato livello ma lasciando

trasparire comportamenti involontari legati all'eccitazione (DePaulo, Lindsay, Malone, Muhlenbruck, Charlton & Cooper, 2003).

L'indagine sul comportamento ingannevole si basa sul presupposto che vi siano delle differenze osservabili tra le persone che mentono e quelle che dicono la verità. Stabilendo una tassonomia è possibile distinguerli in comportamenti verbali e non verbali. I comportamenti verbali, in relazione alla conoscenza di un dominio, possono essere separati in categorie basate sul contenuto e sulla linguistica mentre quelli non verbali possono essere suddivisi in categorie prossemico cinestetiche (e.g. posture del corpo, espressione facciale, movimento degli occhi ecc.) che sono maggiormente associate alla comunicazione faccia a faccia, e categorie para linguistiche che si riferiscono alle proprietà della voce, come il tono, le pause riempite e altri aspetti (Zhou, 2005).

In relazione alle teorie precedentemente descritte, sono diverse le prospettive meta analitiche che hanno analizzato il comportamento non verbale associato alla menzogna, stabilendo che comunque non esiste un comportamento ingannevole tipico (DePaulo et al., 2003) ma alcuni di essi hanno maggiori probabilità di verificarsi in funzione delle emozioni vissute dal bugiardo, dal carico cognitivo sperimentato e dalla quantità di sforzi per controllare il suo comportamento; tutti e tre questi processi possono verificarsi contemporaneamente in una situazione di alta posta in gioco. In queste occasioni, aumentano la probabilità di manifestare comportamenti legati al loro stato emotivo e gli indicatori di carico cognitivo (Vrij, Akehurst, Soukara & Bull, 2004).

Per Vrij (2000) i migliori bugiardi sono coloro che riescono a sopprimere maggiormente i segni di nervosismo e carico cognitivo (la stabilità emotiva è un tratto di personalità fondamentale per questo aspetto), mostrando un comportamento naturale grazie a tre fattori: i bugiardi si rendono conto che il loro comportamento viene osservato per

rilevarne segni di inganno; in secondo luogo, dovrebbero sapere quali comportamenti restituiscono un'impressione onesta agli altri e dovrebbero essere in grado di controllare il loro comportamento. Vrij et al., (2004) hanno coinvolto nel loro studio gruppi di diversa età, bambini tra i 5 e 6 anni, 10-11 anni, 14-15 anni e studenti universitari e assegnandoli a una condizione veritiera e a una di inganno. I risultati hanno permesso di stabilire che i segnali di inganno erano notevolmente simili tra loro nonostante le differenze d'età. In generale, in tutte e quattro le fasce d'età si è verificata una diminuzione dei movimenti degli arti (in particolare delle mani e delle dita) durante l'inganno e in particolare nel gruppo dei bambini e degli studenti universitari rispetto agli altri. Quest'ultimi, inoltre, includevano più esitazioni vocali (e.g. "mm" o "er") nei loro racconti rispetto alle altre fasce d'età. Gli autori hanno ipotizzato che una spiegazione di questi risultati derivi dal fatto che mentire è associato a un maggiore carico cognitivo e controllo comportamentale (Vrij et al., 2004).

DePaulo et al. (2003) all'interno della loro meta-analisi, hanno studiato 158 segnali di inganno sia verbali che non verbali utilizzando come background teorico quello dell'autopresentazione. Studi sulla prevalenza del fenomeno hanno stabilito che le persone mentono durante la loro quotidianità, in particolare sui loro sentimenti, le loro preferenze, i loro atteggiamenti, le loro opinioni, i loro risultati e i loro fallimenti oltrepassando il confine dell'onestà ricercando ricompense a livello psicologico con il fine di apparire più sofisticati o virtuosi. Inoltre, le bugie quotidiane considerate di poco conto sono intervallate da menzogne che le persone considerano molto gravi (e.g. tradimenti di intimità e fiducia) (Anderson, DePaulo & Ansfield, 2002). Da questa teoria derivano due importanti implicazioni, in primo luogo che le autopresentazioni

ingannevoli non sono convincenti come quelle oneste e, in secondo luogo, che gli attori sociali sperimentano un maggiore senso di intenzionalità quando le loro esibizioni sono ingannevoli rispetto a quando sono oneste. Questo perché le storie dei bugiardi offrono meno dettagli, in quanto non hanno particolare familiarità con il dominio che descrivono e anche per fare in modo di non essere scoperti (Vrij, 2000), i bugiardi quindi raccontano le loro cose in maniera poco avvincente, appaiono meno disponibili, meno piacevoli e più tesi (DePaulo et al., 2003). Rispetto alle persone sincere che danno per scontata la loro credibilità, coloro che vogliono ingannare sperimentano un maggiore senso di intenzionalità, cercano di gestire maggiormente le impressioni che trasmettono agli altri consumando un maggiore quantitativo di risorse cognitive, impegnate parallelamente in pensieri intrusivi legati al successo della loro performance, ai sentimenti che provano e alle azioni passate che vogliono nascondere; una risposta tipica a questi pensieri è il cercare di controllarli, intenzione che si ritorce contro i bugiardi aumentando la loro preoccupazione (Wegner, 1994). L'obiettivo principale dell'autoregolamentazione dei bugiardi, tuttavia, è il controllo del comportamento in modo da apparire come persone sincere e oneste, cercando di comportarsi esattamente come pensano che si comportino quest'ultime (e.g. le persone sincere non si muovono quando parlano a differenza dei bugiardi) (Vrij, 2000). In generale, la prospettiva dell'autopresentazione prevede cinque categorie di spunti per l'inganno: i bugiardi saranno meno disponibili delle persone sincere fornendo nelle loro risposte meno dettagli, trattenendosi dal dire qualcosa che non gli conviene; forniranno dei racconti *meno avvincenti* rispetto alle persone sincere dando l'impressione di essere meno fluenti, coinvolgenti e attive; saranno *meno piacevoli*; saranno più tese, con *un'intonazione della voce più alta*. La teoria prevede anche dei moderatori che stabiliscono che i segnali di tensione saranno maggiormente chiari ed

evidenti quando le bugie fornite sono trasgressioni, o in una condizione di alta motivazione al successo, o quando gli attori sociali hanno avuto l'occasione di pianificare le loro performance (DePaulo et al., 2003). Di seguito vengono presentati gli indici di menzogna individuati nel confronto diretto (comportamento ingannevole vs onesto) presentati all'interno della meta-analisi di DePaulo et al. (2003).

Tabella 5

*I bugiardi sono meno socievoli delle persone oneste? Dimensioni dell'effetto d individuati all'interno dello studio di DePaulo et al. (2003).*

<b>Indizio</b>	<b>N</b>	<b>K</b>	<b>d</b>
Quantità di risposta			
Lunghezza della risposta	1812	49	-.03
Tempo di conversazione	207	4	-.35*
Durata dell'interazione	134	3	-.20
Dettagli, risposte complesse			
Dettagli informazioni sensoriali	883	24	-.30*
Informazioni sensoriali	135	4	-.17
Complessità cognitiva	294	6	-.07
Parole uniche	229	6	-.10
Trattenendo			
Blocco all'accesso delle informazioni	218	5	.10
Latenza di risposta	1330	32	.02
Velocità di parola	806	23	.07
Pressare le labbra	199	4	.16*

k: numero degli studi presi in considerazione; d: differenza standardizzata tra le medie dei due campioni; \*p < .05.

Tabella 6

*I bugiardi raccontano storie meno avvincenti rispetto alle persone oneste? Dimensioni dell'effetto d individuati all'interno dello studio di DePaulo et al. (2003).*

<b>Indizio</b>	<b>N</b>	<b>k</b>	<b>d</b>
<b>Senso</b>			
Plausibilità	395	9	-.23*
Struttura logica	223	6	-.25*
Discrepante, ambivalente	243	7	.34*
<b>Coinvolgimento</b>			
Coinvolto, espressivo (complessivamente)	214	6	.08
Coinvolgimento verbale e vocale	384	7	-.21*
Espressioni facciali	251	3	.12
Illustratori	839	16	-.14*
<b>Immediatezza</b>			
Immediatezza verbale (tutte le categorie)	117	3	-.31*
Immediatezza verbale	109	4	.15
Termini generalizzati	275	5	.10
Autoriferimenti	595	12	-.03
Riferimenti di gruppo	275	5	-.14
Altri riferimenti	264	6	.16
Immediatezza verbale e vocale (impressioni)	373	7	-.55*
Immediatezza non verbale	414	11	-.07
Contatto visivo	1491	32	.01
Avversione allo sguardo	411	6	.03
Spostare gli occhi	218	7	.11
<b>Incertezza</b>			
Tentativo di costruzione	138	3	-.16
Incertezza verbale e vocale (impressioni)	329	10	.30*
Ampiezza, volume	177	5	-.05
Sollevamento del mento	286	4	.25*
Alzare le spalle	321	6	.04
<b>Fluenza</b>			
Disturbi del linguaggio	750	17	.00
Ripetizioni di parole e frasi	100	4	.21*
Pause silenziose	655	15	.01
Pause riempite	805	16	.00
Pause miste	280	7	.03
Disturbi misti	283	7	.04
Discorso ritualizzato	181	4	.20
Disfluenze varie	144	8	.17

Attivo			
Attività e animazione del corpo	214	4	.11
Cambiamento di posizione	1214	29	.05
Movimenti della testa (indifferenziato)	536	14	-.02
Movimenti delle mani	951	29	.00
Movimenti delle braccia	52	3	-.17
Movimenti dei piedi e delle gambe	857	28	-.09

k: numero degli studi presi in considerazione; d: differenza standardizzata tra le medie dei due campioni; \*p < .05.

Tabella 7

*I bugiardi sono meno positivi e piacevoli rispetto alle persone oneste? Dimensione dell'effetto d individuati all'interno dello studio di DePaulo et al. (2003).*

<b>Indizio</b>	<b>N</b>	<b>k</b>	<b>d</b>
Amichevole, piacevole (complessivo)	216	6	-.16
Cooperativo (complessivo)	222	3	-.66*
Attrante (complessivo)	84	6	-.06
Dichiarazioni negative e reclami	397	9	.21*
Piacevolezza vocale	325	4	-.11
Piacevolezza facciale	635	13	-.12*
Annuire con la testa	752	16	.01
Abbassamento delle sopracciglia	303	5	.04
Sogghigna	259	4	.02
Sorriso (indifferenziato)	1313	27	.00
Tirare l'angolo delle labbra	284	4	.00
Muscolo dell'occhio (AU6), non durante le emozioni positive	284	4	-.01

k: numero degli studi presi in considerazione; d: differenza standardizzata tra le medie dei due campioni; \*p < .05.

Tabella 2

*I Bugiardi sono più tesi delle persone oneste? Dimensioni dell'effetto d individuati all'interno dello studio di DePaulo et al. (2003).*

<b>Indizio</b>	<b>N</b>	<b>k</b>	<b>d</b>
Nervoso, teso (complessivo)	571	16	.27*
Tensione vocale	328	10	.26*
Frequenza, tono	294	12	.21*
Postura rilassata	488	13	-.02
Dilatazione pupille	328	4	.39*
Sbattere le palpebre	850	17	.07
Agitare un oggetto	420	5	-.12
Autoironia	991	18	-.01
Viso agitato	444	7	.08
Irrequieto (indifferenziato)	495	14	.16*

k: numero degli studi presi in considerazione; d: differenza standardizzata tra le medie dei due campioni; \*p < .05.

Tabella 3

*Le bugie includono meno imperfezioni e contenuti insoliti rispetto alla verità? Dimensioni dell'effetto d individuati all'interno dello studio di DePaulo et al. (2003).*

<b>Indizio</b>	<b>N</b>	<b>k</b>	<b>d</b>
Produzione non strutturata	211	5	-.06
Correzioni spontanee	183	5	-.29*
Ammessa mancanza di memoria	183	5	-.42*
Insicurezza	123	4	-.10
Autoironia	64	3	.21
Incorporamento contestuale	159	6	-.21
interazioni verbali e non verbali	163	5	-.03
Complicazioni inaspettate	223	6	.04
Dettagli inusuali	223	6	-.16
Dettagli superflui	223	6	-.01
Associazioni esterne	112	3	.35*
Altro stato mentale	151	4	.22
Stato mentale del soggetto	237	6	.02

k: numero degli studi presi in considerazione; d: differenza standardizzata tra le medie dei due campioni; \*p < .05.

I risultati di questo studio descrivono il profilo del bugiardo come una persona *poco collaborativa* ( $d = -0,66$ ), più *nervosa* ( $d = 0,27$ ), *incapace di ricordare alcuni aspetti del discorso* ( $d = -0,42$ ) e che *impiega meno tempo nel rispondere* rispetto a una persona che dice la verità ( $d = -0,35$ ), fornendo al suo interno *meno dettagli* ( $d = -0,30$ ) e compiendo un maggior numero di *ripetizioni di parole o frasi* ( $d = 0,21$ ). La bugia rispetto alla verità tende ad essere strutturata in maniera *meno logica* ( $d = -0,25$ ) e trasmette una *maggiore ambivalenza* ( $d = 0,34$ ), il discorso risulta essere incoerente e le informazioni provenienti dal viso e dal tono della voce sono contraddittorie. I bugiardi sembrano essere meno coinvolti verbalmente e vocalmente ( $d = -0,21$ ) e utilizzano meno indicatori non verbali, aspetto confermato anche dagli indici di immediatezza (e.g. vicinanza interpersonale, rivolgersi all'altro) suddivisi in *immediatezza verbale* (tutte le categorie) ( $d = -0,31$ ) e *immediatezza verbale e vocale* ( $d = -0,55$ ); le costruzioni linguistiche dei bugiardi sembrano prendere le distanze dai loro ascoltatori o dal contenuto delle loro risposte, essendo poco chiari, evasivi e impersonali trasmettendo incertezza ( $d = 0,30$ ) (DePaulo et al., 2003).

All'interno della meta-analisi condotta da Sporer & Schwandt, (2007) sono state utilizzate come basi teoriche tutte e 4 le teorie precedentemente descritte. È stata svolta un'analisi quantitativa su alcuni indicatori non verbali associati alla menzogna, in particolare quelli visivi non verbali, concentrati nell'area del volto e del corpo. Sono stati considerati 12 segnali tra cui: sbattere le palpebre, contatto visivo, avversione allo sguardo, movimenti della testa, annuire, sorriso, adattatori, movimenti delle mani, illustratori, movimenti dei piedi e delle gambe e turni posturali. Questi segnali sono ritenuti quelli maggiormente diagnostici nella rilevazione della menzogna. I risultati ponderati indicavano solo 3 relazioni significative con l'inganno: *annuire* ( $r = -.091$ ),

*movimenti delle mani* ( $r = -.186$ ) e *movimenti dei piedi e delle gambe* ( $r = -.067$ ). Tutti gli altri comportamenti sopracitati diminuivano durante la menzogna, stabilendo in generale poca evidenza a sostegno del fatto che l'eccitazione si traduca in un aumento di comportamento nervoso direttamente osservabile (Sporer & Schwandt, 2007). In questo studio è stato tenuto in considerazione che gli indizi associati alla menzogna possono essere modulati in funzione della variazione della situazione (Breuer, Sporer & Reinhard, 2005), per questo sono state incluse all'interno dello studio diverse variabili moderatrici come il contenuto della bugia, la progettazione sperimentale (between vs within subject), il tipo di operatività (durata vs frequenza), e la condizione di possibile sanzione associata alla scoperta della menzogna. Le analisi hanno dimostrato che ci sono notevoli differenze di comportamento in relazione al livello di preparazione della bugia e al loro livello di motivazione. Delle variabili moderatrici analizzate, il contenuto della menzogna e le operazionalizzazioni delle variabili in termini di durata e frequenza avevano avuto un forte impatto sul rapporto tra i comportamenti e l'inganno (Sporer et al., 2007). Nelle seguenti tabelle si riportano gli indicatori correlati alla menzogna secondo Sporer et al. (2007).

Tabella 9

*Dimensione dell'effetto  $r$  e media ponderata in funzione del contenuto delle menzogne individuati all'interno dello studio di Sporer, S. L. et al. (2007).*

<b>Variabile</b>	<b>Contenuto della bugia</b>	<b>k</b>	<b>N</b>	<b>r</b>	<b>Z</b>
Contatto visivo	Sentimenti e fatti	4	194	-.127*	1.92*
	Solo fatti	11	597	.032	
Movimenti della testa	Sentimenti e fatti	3	86	.255**	2.08*
	Solo fatti	4	276	.000	
Sorriso	Sentimenti e fatti	3	300	-.223**	3.41**
	Solo fatti	6	290	.055	

Adattatori	Sentimenti e fatti	7	343	-.099*	1.48
	Solo fatti	13	791	-.003	
movimento della mano	Sentimenti e fatti	8	284	.104*	1.60
	Solo fatti	19	1255	-.001	
Illustratori	Sentimenti e fatti	6	269	-.095	2.01*
	Solo fatti	15	1088	.042	

Note: Correlazioni positive indicano un incremento del comportamento è associato alla menzogna. \* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$

Tabella 10

*Dimensione dell'effetto  $r$  e media ponderata in funzione del livello di preparazione individuati all'interno dello studio di Sporer, S. L. et al. (2007).*

Variabile	Preparazione	k	N	r	Z
Contatto visivo	Corta	10	543	.017	0.97
	Media	5	248	-.058	
Movimenti della testa	Corta	4	230	.009	1.25
	Media	3	132	.146*	
Annuire	Corta	7	452	-.158**	2.99**
	Media	2	138	.133	
Sorriso	Corta	14	816	-.022	0.54
	Media	6	318	-.058	
Adattatori	Corta	17	847	-.016	1.46
	Media	10	692	.059	
Movimento della mano	Corta	4	252	-.226**	1.52
	Media	1	56	.000	
Illustratori	Corta	12	697	.044	1.46
	Media	9	660	-.014	

Note: Correlazioni positive indicano un incremento del comportamento è associato alla menzogna. \* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$

Tabella 11

*Dimensione dell'effetto r e media ponderata in funzione dell'operazionalizzazione delle variabili dipendenti individuati all'interno dello studio di Sporer, S. L. et al. (2007).*

<b>Variabile</b>	<b>Operazionalizzazione</b>	<b>k</b>	<b>N</b>	<b>r</b>	<b>Z</b>
Contatto visivo	Durata	14	725	.014	0.11
	Frequenza	1	66	.000	
Movimenti della testa	Durata	1	60	.370**	2.74**
	Frequenza	6	302	-.007	
Sorriso	Durata	9	550	.048	0.52
	Frequenza	11	584	-.017	
Adattatori	Durata	12	554	.105	2.54**
	Frequenza	15	985	-.030	
movimento della mano	Durata	1	59	.050	1.99*
	Frequenza	4	249	-.240	
Illustratori	Durata	5	251	.241	4.01**
	Frequenza	16	1106	-.036	

Note: Correlazioni positive indicano un incremento del comportamento è associato alla menzogna. \*p < .05; \*\*p < .01

In funzione del primo moderatore, i partecipanti annuivano di meno, usavano meno illustratori e sorrisi e avevano meno contatto visivo con l'intervistatore quando mentivano sui sentimenti e i fatti, aumentando invece i movimenti della testa. Il secondo moderatore indica come il livello di preparazione incideva nelle comunicazioni non veritiere, in particolare la menzogna associata a una preparazione media implicava maggiori movimenti della testa mentre in una condizione di preparazione breve, i movimenti della mano e annuire all'intervistatore diminuivano. Il terzo moderatore stabilisce come i movimenti delle mani diminuiscono con l'inganno, mentre gli altri comportamenti aumentano in sua presenza. Per quanto riguarda i sorrisi, questi aumentavano quando le bugie non erano sanzionate ma non quando erano sanzionate ( $r = .120$  vs  $r = .052$ ).

La meta-analisi condotta da Bond, Levine, & Hartwig (2015) è partita dal presupposto che vi siano delle differenze individuali nell'apparire onesti e nel contenuto verbale delle

affermazioni che vengono fatte; alcune persone possono sembrare più oneste di altre mentre dicono una bugia o la verità. Nel voler comprendere il motivo per il quale le persone sono imprecise nella deduzione dell'inganno, la ricerca si è mossa anche nella direzione di quelle che vengono definite impressioni soggettive (o giudizi diretti) nella rilevazione dell'inganno. Gli autori hanno confrontato i risultati di tre meta-analisi, quella sugli indizi di menzogna derivanti da DePaulo et al., (2003), quella sui giudizi espliciti di inganno condotta da Bond & DePaulo (2006) e quella condotta da DePaulo, Charlton, Cooper, Lindsay & Muhlenbruck (1997) riguardante l'attendibilità dei giudizi sull'inganno; in Tabella 12 vengono presentati gli indizi diretti e indiretti utilizzati per discriminare una persona onesta da una disonesta.

Tabella 4

*Classifica dei risultati dello studio condotto da Bond, Levine & Hartwig (2015) sui giudici diretti posizionati tra gli indicatori indiretti e oggettivi di inganno con  $d > .30$ .*

<b>Nome indizio</b>	<b>k</b>	<b>d</b>
Cooperatività	3	0.66
Pensare molto	1	0.61
indifferenza	2	0.59
Immediatezza udibile	7	0.55
<b>Giudizi diretti</b>	<b>384</b>	<b>0.39</b>
Non spontaneo	2	0.35
Ambivalente	7	0.34
Dettagli	10	0.32
Fiducia nel giudizio	8	0.3
Incertezza vocale	10	0.3

Sebbene DePaulo et al., (2003) abbiano individuato indicatori oggettivi di falsità (e.g. minore quantità di dettagli, ammessa mancanza di memoria e minore coinvolgimento

verbale e vocale), all'interno di questo studio gli autori li considerano come delle misure indirette attraverso il quale una persona formula dei giudizi sulla veridicità del contenuto della comunicazione del mittente. Sempre nella meta-analisi di DePaulo et al. (2003) è stato scoperto che l'inganno può essere rilevato in misura statisticamente significativa da alcune impressioni generali (e.g. coinvolgimento vocale e verbale, cooperazione e ambivalenza del messaggio) rispetto a singoli comportamenti, ritenendo quindi possibile che l'inganno sia associato a complessi processi psicologici che comportano piccoli cambiamenti all'interno di un'ampia costellazione comportamentale molto complessa e non riconducibile a un segnale isolato (Bond et al., 2015). Com'è possibile osservare dalla Tabella 12, i giudizi diretti sono predittori efficaci di comportamento disonesto in quanto percepire affermazioni veritiere comporta una sensazione di certezza, indicatore di veridicità del messaggio (Bond et al., 2014); la bugia invece suscita nel destinatario del messaggio una sensazione di sospetto (Anderson, DePaulo & Ansfield, 2002).

Un sondaggio volto ad indagare gli stereotipi sull'inganno, effettuato su un campione di persone provenienti da paesi differenti, ha trovato un elevato consenso su tali credenze. Più del 50% di questo campione ha sostenuto che specifici comportamenti non verbali sono associati all'inganno, considerando l'avversione allo sguardo come il primo indizio per individuare un bugiardo (Global deception research team, 2006). La meta-analisi effettuata da DePaulo et al. (2003) ha scoperto che solo il 2,5% degli indizi di menzogna considerati sono risultati validi, e tra questi non sono presenti l'avversione allo sguardo e il contatto visivo. Il loro lavoro ha permesso di operare una distinzione tra come micro-cue definibili come comportamenti discreti di inganno (e.g. contatto visivo, gesti delle mani, annuire) e macro-cue ovvero segnali più ampi possono influenzare le percezioni

interpersonali del ricevente della comunicazione stessa (e.g. ansia, attenzione, dominanza).

Considerando lo specifico contesto dell'intervista di selezione del personale, lo studio condotto da Schneider, Powell & Roulin (2015) ha indagato come la tecnica di gestione ingannevole delle impressioni, di cui una tassonomia affidabile ci viene fornita dall'interview faking behaviour, sia associata a uno specifico linguaggio non verbale. Come background teorico è stato utilizzato la teoria del carico cognitivo, i segnali di inganno sono stati suddivisi in 13 micro-cue e 6 macro-cue ed è stata esaminata la relazione tra segnali comportamentali, gestione ingannevole delle impressioni e prestazioni del colloquio. Dai risultati dello studio è emerso che gli intervistati che mentivano maggiormente mostravano una diminuzione dei *sorrisi genuini*, erano persone *più loquaci* e i loro messaggi erano caratterizzati da *meno silenzi e più errori di conversazione* e davano l'impressione generale di essere *meno ansiosi*. Tutti questi aspetti sono anche associati a una migliore performance dell'intervista (Schneider et al., 2015). Nelle Tabelle 13 e 14 vengono presentati i risultati del presente studio.

Tabella 5

*Correlazioni tra micro-indizi comportamentali e variabili outcome riprese dallo studio di Schneider, L. et al., (2015).*

Indizio	$\alpha$	Leggera creazione di immagini	Estesa creazione di immagini	Protezione dell'immagine	Ingratiation	Gestione ingannevole delle impressioni	IP
Indizi facciali							
Sbattere gli occhi	.62	-.09	-.05	-.12	.00	-.09	-.07
Contatto visivo	.88	.03	.07	.14	.08	.11	.18*
Sorriso	.89	-.14	-.20*	-.07	-.21*	-.19†	.16
Annuire	.75	.03	.01	-.08	-.01	-.02	.13
Movimenti della testa	.73	.02	.12	-.03	-.15	-.02	.26†

Indizi mano							
Mani chiuse	.87	-.08	-.20	-.07	-.16	-.15	-.13
Gesti della mano	.94	-.15	.01	.03	-.09	-.07	.30†
Toccando la mano	.70	.00	.00	-.03	.02	-.03	-.05
Indizi verbali							
Errori nel parlato	.74	.10	.21*	.11	.12	.17†	.32†
Parlare velocemente	.84	-.02	.19†	-.01	.02	.05	.24†
Loquace	.91	.02	.06	-.07	-.02	-.01	.45†
Silenzio	.74	-.20*	-.18†	-.17†	-.28*	-.28*	-.08
Pause riempite	.90	.00	.05	.00	-.06	.00	.15

Note:  $\alpha$  = accordo tra codificatori; IP = Interview performance; †  $p < 0.10$ , \*  $p < .05$

Tabella 6

*Correlazioni tra macro-indizi comportamentali e variabili outcome riprese dallo studio di Schneider, L. et al., (2015).*

Indizio	$\alpha$	Leggera creazione di immagini	Estesa creazione di immagini	Protezione dell'immagine	Ingratiation	Gestione ingannevole delle impressioni	IP
Animato	.79	-0,11	-0,01	-0,04	-0,15	-0,1	0,29*
Attento	.58	0,04	0,16	0,13	0,19†	0,18†	0,38*
Ansioso	.71	-0,18†	-0,16	-0,09	-0,21*	-0,21*	-0,23*
Dominante	.75	0,02	0,15	0,01	0,07	0,08	0,36*
Professionale	.77	-0,18†	0,04	-0,06	0	-0,07	0,50*
Di supporto	.53	-0,08	0,04	-0,1	0,06	-0,03	0,41*

Note:  $\alpha$  = accordo tra codificatori; IP = Interview performance; †  $p < 0.10$ , \*  $p < .05$

### 2.10.2 – Aspetti metodologici

Il campo di ricerca riguardante l'inganno è stato caratterizzato da una serie di approcci che vedono da un lato l'esame dei comportamenti che, di fatto, sono associati sistematicamente all'inganno e all'onestà (e.g. DePaulo et al. 2003) e dall'altro le credenze delle persone su quali comportamenti ritengono associati alla verità e/o alla menzogna (e.g. GDRT, 2006). Se nel primo caso la ricerca ha contribuito

all'individuazione di indicatori oggettivi di disonestà, nel secondo caso invece sono state esplorate e studiate le credenze e le convinzioni delle persone sugli indicatori che utilizzano per l'individuazione dell'inganno, giungendo alla conclusione che questi non siano tra loro sovrapponibili (Vrij, 2000). La discrepanza tra questi elementi è stata utile per capire che le persone non sono molto brave a discriminare tra verità e inganno (Bond & DePaulo, 2006).

Come stabilito da Akehurst et al. (1996), molti degli studi condotti prima degli anni 2000 soffrono di importanti limitazioni che consistevano nell'utilizzo di campioni di studenti universitari, che come riportato in precedenza, non hanno una necessità professionale nel giudicare la credibilità altrui; numerosi studi hanno indagato solo il giudizio sul comportamento delle altre persone, senza esplorare le credenze del singolo nei confronti del proprio comportamento ingannevole, in cui è stato dimostrato esistere un doppio standard nella sua valutazione, come individuato nello studio di Hurley et al. (2014) e Bond & DePaulo (2006). Inoltre, la frequenza dei comportamenti non verbali ed extralinguistici studiati è stata sempre gli stessi trasversalmente ai vari studi (Akehurst et al., 1996). Tuttavia, l'utilizzo di comportamenti simili ha permesso di poter svolgere meta-analisi che, nel corso del tempo, hanno permesso di identificare delle condizioni di moderazione che possono aumentare o diminuire la forza e la frequenza di determinati comportamenti associati all'inganno (e.g. DePaulo et al., 2003; Sporer et al., 2006; Sporer et al., 2007). Trattando della metodologia utilizzata in questi studi, sono diversi gli autori (e.g. Wright & Wheatcroft, 2017; Wright Whelan, Wagstaff & Wheatcroft, 2014; Lakhani & Taylor, 2003) che suggeriscono come gli esperimenti di laboratorio che utilizzano materiale stimolo a bassa posta in gioco abbiano una bassa validità ecologica e trovano risultati concordanti nello stabilire come le persone siano incapaci di

individuare efficacemente l'inganno (e.g. Bond & DePaulo; 2006); gli autori sopracitati ipotizzano che quando le condizioni sperimentali consentono di esporre i partecipanti a materiale ad alta posta in gioco è possibile trovare risultati differenti, influenzando gli indicatori effettivi di inganno.

Utilizzando come campione (N=103) agenti penitenziari e studenti, Lakhani & Taylor (2003) hanno suggerito come le persone e il loro comportamento ingannevole siano sensibili al contesto e alla situazione. Hanno trovato un certo supporto all'ipotesi secondo cui gli studi che utilizzano materiale stimolo ad alta posta in gioco individuano indizi comportamentali associati all'inganno che possono essere previsti dall'approccio emotivo e che consistono nel comportamento nervoso (Lakhani & Taylor, 2003).

Come stabilito nello studio di Colwell et al., (2006), i livelli di fiducia degli ufficiali di polizia non erano correlati a una maggiore accuratezza nell'individuazione degli indizi di menzogna; quindi, la fiducia nelle proprie capacità non è un aspetto al quale è possibile fare riferimento per distinguere la verità dall'inganno. Questo studio, come molti altri (e.g. Strömwall & Granhag, 2003; Vrij, Akehurst & Knight, 2006), condotti su campioni che includevano agenti di polizia e altro personale operante in ambito giuridico hanno trovato che le loro credenze sui segnali dell'inganno siano simili a quelli degli studenti. Wright Whelan, Wagstaff & Wheatcroft (2014) suggeriscono che entrambi questi risultati possano essere il prodotto di alcune limitazioni riguardanti la metodologia utilizzata all'interno di questi studi, riferendosi in particolare alla bassa posta in gioco, non sufficiente per suscitare segnali di inganno. Il campione (N=107) preso di riferimento nel loro studio era composto da 37 ufficiali di polizia, 33 ufficiali dell'unità scientifica e 37 studenti universitari. I risultati hanno permesso di dimostrare che gli osservatori, sia di polizia che ingenui, hanno raggiunto tassi di precisione nella rilevazione dell'inganno al

di sopra dei livelli di probabilità. Questo risultato è stato ottenuto in quanto i partecipanti sono stati esposti a materiale ecologicamente valido permettendo di supportare ipotesi e proposte teoriche secondo cui l'aumento della posta in gioco può esacerbare i fattori alla base della produzione dell'inganno, rendendone i segnali maggiormente visibili. Inoltre, in questo studio, è stata trovata un'associazione positiva tra fiducia e accuratezza nei giudizi di veridicità. I partecipanti dello studio erano maggiormente fiduciosi nell'identificare coloro che utilizzavano comportamenti ingannevoli, questo per il fatto che sono più visibili e hanno una frequenza diversa rispetto agli indizi dell'onestà; inoltre, la loro salienza può essere dovuta al fatto che violano norme sociali usuali (Wright Whelan, Wagstaff & Wheatcroft, 2014). All'interno di contesti ad alto rischio i poliziotti sono stati in grado di raggiungere tassi di precisione tra il 64% e il 72% nell'individuazione dell'inganno (e.g. Wright Whelan, Wagstaff e Wheatcroft, 2015a) a differenza della precisione media in contesti a bassa posta in gioco, corrispondente al 54% (Bond & DePaulo, 2006). Nello studio condotto da Wright & Wheatcroft, (2017) viene presa in riferimento l'ipotesi che gli agenti di polizia abbiano delle credenze stereotipiche sull'inganno solamente all'interno delle condizioni a bassa posta in gioco, mentre quando questa è alta, siano maggiormente efficaci nella distinzione dell'inganno dalla verità. Gli stessi indicatori che nelle condizioni a bassa posta in gioco non sono correlati alla disonestà possono esserlo in condizioni opposte. I risultati di questo studio stabiliscono come le credenze stereotipiche possano non essere indicatori imprecisi di inganno all'interno di condizioni ad alta posta in gioco, come per esempio l'avversione allo sguardo e i sorrisi, anche se la GRDT (2006) ha classificato queste credenze come erronee e imprecise; dai risultati dello studio condotto su un campione di ufficiali (N=69), è comunque emerso che questi indizi vengono usati con una minore frequenza all'interno

di situazioni reali. Tuttavia, altre credenze associate all'inganno in condizioni di alta posta in gioco sono il toccarsi il viso, i gesti di copertura del volto, indizi emotivi percepibili nella voce, la simulazione di emozioni ed espressioni facciali finte. Lo studio, infine, suggerisce che le persone possono fare affidamento su comportamenti utili quando rilevano l'inganno attraverso l'utilizzo di alcuni indizi stereotipici e delle emozioni che possono fornire informazioni utili ad alcuni osservatori (Wright & Wheatcroft, 2017). Inoltre, anche le impressioni soggettive sono risultate utili nell'individuazione dell'inganno, avvalorando l'ipotesi contenuta in Bond, Levine & Hartwig (2015) riguardante i giudizi diretti sull'onestà e disonestà di una persona che possono essere basati su piccoli cambiamenti in ampie costellazioni comportamentali.

In linea con queste considerazioni, lo studio cinque di Roulin et al. (2015) ha studiato l'efficacia delle impressioni globali formatesi nell'intervistatore alla fine del colloquio verso le tecniche di gestione delle impressioni utilizzate dai candidati a una posizione lavorativa. In condizioni realistiche, gli intervistatori impegnati in colloqui di selezione potrebbero non provare a rilevare ogni singola tecnica di gestione delle impressioni. Per farlo, è stato utilizzato un disegno sperimentale nel quale i partecipanti (N=86) nel ruolo di intervistatori hanno osservato un colloquio lavorativo videoregistrato per poi valutare le proprie percezioni globali nell'utilizzo della messaggistica istantanea da parte dei candidati e la loro percezione sulla performance dell'intervista. Per farlo, sono state utilizzate due differenti scale, nel primo caso una scala composta da cinque items al quale era possibile rispondere su una scala likert a cinque punti, mentre nel secondo caso è stata utilizzata una scala a sette punti. Lo scopo era di verificare se i risultati ottenuti attraverso la codifica specifica delle tecniche di gestione delle impressioni in tempo reale possano essere replicati utilizzando misure di percezione globale alla fine dell'intervista.

Per quanto riguarda la gestione onesta delle impressioni, i risultati suggeriscono che vi è una certa sovrapposizione tra gli indizi di onesti rilevati in tempo reale durante l'intervista e la valutazione globale della performance. Tuttavia, anche se questo primo risultato è promettente, la situazione cambia nell'individuazione delle tecniche di gestione ingannevole delle impressioni attraverso una valutazione globale. I risultati che considerano la relazione tra percezione della gestione ingannevole delle impressioni nei candidati e la valutazione della performance è meno forte associato alle percezioni globali rispetto all'individuazione di specifiche tecniche in tempo reale. Questo risultato informa che queste ultime sono più complesse da individuare attraverso percezioni globali.

### ***2.11 – Presentazione dello studio e delle sue ipotesi***

Come abbiamo visto, sono diversi gli elementi implicati nel processo della falsificazione delle informazioni durante un colloquio di selezione. Una differente procedura per lo svolgimento di questi colloqui riguarda l'utilizzo delle piattaforme online, che consentono di replicarlo in modalità sincrona all'interno di un ambiente virtuale. In questo caso si vuole comprendere se le misure di personalità rilevate nei precedenti studi sono validi predittori dei comportamenti di falsificazione anche quando il colloquio è mediato dalla tecnologia, nel quale i protagonisti coinvolti nel processo non hanno a disposizione il 100% della conoscenza dell'altro in termini di cue sociali e comunicativi. Concentrandosi sugli antecedenti della finzione, per questo studio ci poniamo la seguente domanda di ricerca:

- Gli aspetti riguardanti la personalità dei candidati influenzano il comportamento di finzione anche nelle interviste mediate dalla tecnologia?

L'obiettivo del presente studio è quello di replicare alcuni dei risultati precedentemente descritti e comprendere se le variabili di personalità svolgono un ruolo decisivo come antecedenti del comportamento di finzione nel colloquio di selezione mediato dalla tecnologia. Per rispondere alla domanda di ricerca vengono presentate le seguenti ipotesi:

- **H.1a:** Esiste una correlazione negativa tra la stabilità emotiva e la gestione ingannevole delle impressioni.
- **H.1b:** Esiste una correlazione positiva tra il machiavellismo e la gestione ingannevole delle impressioni.
- **H.1c:** Esiste una correlazione positiva tra il narcisismo e la gestione ingannevole delle impressioni.
- **H.1d:** Esiste una correlazione positiva tra la psicopatia e la gestione ingannevole delle impressioni.
- **H.1e:** Esiste una correlazione negativa tra il tratto dell'onestà – umiltà e la gestione ingannevole delle impressioni.

Il disegno di ricerca elaborato da Law et al. (2016) ha permesso di individuare una via alternativa all'identificazione simultanea dei comportamenti disonesti diminuendone l'occorrenza durante lo svolgimento del colloquio. Attraverso la misurazione delle reazioni dei candidati, è stato riscontrato come l'ansia da prestazione possa essere un possibile indicatore di chi si sta impegnando in comportamenti di gestione ingannevole delle impressioni, tant'è che sono diversi gli studi che individuano un legame positivo tra questi due elementi. Queste condizioni sono state testate all'interno di un contesto fisico condiviso tra intervistato e intervistatore, proponiamo quindi la seguente domanda di ricerca:

- Quanto è efficace “l'avviso di identificazione” per ridurre i comportamenti di falsificazione nei colloqui mediati dalla tecnologia e come reagiscono i candidati a tale avvertimento?

Non esistono attualmente indicazioni chiare su come ridurre gli effetti negativi del faking sulla validità della selezione. A tal fine, questo studio si propone di testare l'efficacia di un messaggio di identificazione nato per ridurre la finzione durante la somministrazione di test online (Law, Bourdage, & O'Neill, 2016). Nello specifico si verificherà se, rispetto a una condizione di controllo, vi sarà una riduzione delle occorrenze dei comportamenti di falsificazione all'interno dei colloqui di selezione online svolti in modalità sincrona, attraverso il conteggio dei bogus item. Per rispondere alla domanda di ricerca vengono proposte le seguenti ipotesi:

- **H.2a:** i soggetti assegnati alla condizione sperimentale manifestano minori livelli di occorrenza nella compilazione dei bogus item.
- **H.2b:** i soggetti assegnati alla condizione di controllo presentano un punteggio medio di gestione ingannevole delle impressioni più alto rispetto al punteggio medio dei soggetti assegnati alla condizione sperimentale con avviso di identificazione.
- **H.2c:** la relazione tra ansia da prestazione e la gestione ingannevole delle impressioni è più elevata nella condizione sperimentale con avviso.

Allo stesso modo, è interesse di questo studio indagare il funzionamento delle tecniche di gestione ingannevole delle impressioni attraverso l'ansia da prestazione per l'intervista come fatto da Powell et al. (2020), focalizzandosi in particolar modo sui tratti dell'onestà – umiltà e della stabilità emotiva. Vengono proposte le seguenti ipotesi:

- **H.2d:** esiste una correlazione negativa tra stabilità emotiva e ansia da prestazione
- **H.2e:** esiste una correlazione negativa tra onestà umiltà e ansia da prestazione
- **H.2f:** esiste una correlazione positiva tra l'ansia da prestazione e le tecniche di gestione ingannevole delle impressioni

- **H.2g:** l'ansia da prestazione media la relazione tra l'onestà – umiltà e l'utilizzo di tecniche di gestione ingannevole delle impressioni.
- **H.2h:** l'ansia da prestazione per l'intervista media la relazione tra stabilità emotiva e utilizzo di tecniche di gestione ingannevole delle impressioni.

Inoltre, l'evidenza empirica sulla relazione tra mediazione tecnologica delle interviste e faking è estremamente ridotta e a volte contraddittoria. Per questo motivo, intendiamo stimare la falsificabilità dei colloqui di selezione condotti a distanza attraverso sistemi di videoconferenza. Inoltre, in funzione delle riflessioni svolte da Melchers et al. (2020) e Roulin et al., (2015) sull'utilizzo di comportamenti verbali e non verbali da parte degli intervistati, ci si pone l'obiettivo di voler individuare gli indizi associati all'inganno. I candidati, infatti, mediante l'utilizzo di questi comportamenti possono manipolare la loro immagine e la loro autopresentazione in modo disonesto. Da questa considerazione deriva la seguente domanda di ricerca:

- Quali sono le forme non verbali di inganno all'interno dell'intervista di selezione?

È stato proposto un indice sintetico (Allegato 1) contenente le misure di comportamento verbale e non verbale che in letteratura hanno avuto un maggiore riscontro empirico.

## Capitolo 3. La ricerca empirica

### *3.1 – Disegno di ricerca*

Abbiamo usato un disegno di ricerca between subject (condizione di controllo vs condizione sperimentale) all'interno del quale i partecipanti sono stati assegnati a una delle due condizioni in maniera randomizzata.

Nella condizione sperimentale, prima di iniziare l'intervista di selezione, ogni partecipante è stato avvertito della possibilità di poter individuare i loro tentativi di falsificazione. Ciò avviene mediante un avviso di identificazione, un messaggio tratto dallo studio di Law et al. (2016) che avvisa della possibilità di identificare tentativi di gestione della propria immagine e fornisce al partecipante un resoconto delle possibili conseguenze nel caso di individuazione dei tentativi disonesti. Questo avviso si è dimostrato efficace nel controllo del faking durante la somministrazione di test di personalità a distanza (Landers et al., 2011), e ha lo scopo di diminuire i livelli di desiderabilità sociale delle risposte incentivando il candidato ad essere il più onesto e trasparente possibile. Ci aspettiamo che i soggetti all'interno di questa condizione manifestino minori comportamenti disonesti. In altre parole, ci aspettiamo che affermino con minore frequenza di avere conoscenza di strumenti e patologie psicologiche inesistenti (bogus items) e una gestione più onesta della propria immagine misurati mediante la somministrazione di una scala self-report al termine dello studio. In entrambi i gruppi sperimentali, ai soggetti è stata offerta la possibilità di partecipare a una simulazione di colloquio di lavoro utile a prendere confidenza in vista dell'ingresso nel mercato del lavoro. Al candidato assunto è stato offerto un premio in denaro del valore di

€ 150. Prima dell'intervista, si proporranno a tutti i soggetti alcune misure di controllo (attrattività dell'organizzazione, stabilità emotiva, ansia da prestazione, onestà – umiltà, dark triad). Dopo l'intervista, a tutti i soggetti sarà presentata la scala di gestione della propria immagine (Interview Faking Behaviour di Levashina & Campion; 2007) insieme a una scala per la misura della motivazione (Test Attitude Survey di Arvey et al., 1990). Queste misure saranno utilizzate per verificare se gli aspetti riguardanti la personalità influenzano il comportamento di finzione dei candidati anche nelle interviste mediate dalla tecnologia e nel valutare se l'avviso di identificazione sia una misura preventiva utile nel ridurre questo tipo di comportamento.

### ***3.2 – Partecipanti***

Sono stati coinvolti all'interno dello studio 138 partecipanti (111 studentesse e 27 studenti) appartenenti a differenti magistrali di Psicologia dell'università di Padova, Milano, Bergamo e Parma. Di questi, 72 sono stati assegnati alla condizione sperimentale e i restanti 66 a quella di controllo. La procedura di reclutamento è avvenuta tramite i gruppi WhatsApp delle magistrali del primo e del secondo anno dei diversi atenei, all'interno dei quali è stato diffuso un messaggio contenente informazioni sullo studio in questione. Una volta data la propria disponibilità, veniva concordato insieme al candidato un appuntamento.

### **3.3 – Procedura**

Si tratta di una procedura di role play, analoga a quella utilizzata da Law et al. (2016), nel quale avviene una simulazione di un colloquio di lavoro.

Dopo aver concordato l'appuntamento con il candidato nel momento del reclutamento, 24 ore prima dello svolgimento della procedura sperimentale, è stata recapitata un'e-mail di promemoria contenente le istruzioni da seguire e il link Zoom per svolgere l'intervista. Esattamente 15 minuti prima dello svolgimento del colloquio, è stata recapitata un'altra e-mail al candidato in questione contenente il bando di concorso per psicologo junior presso l'azienda ospedaliera di Padova. Al suo interno viene fornita una descrizione della posizione lavorativa e dei requisiti richiesti per ricoprirla. Questo aspetto permette di poter sfruttare la variabile contestuale dell'attrattività nei confronti dell'organizzazione, che secondo ricerche precedenti (e.g Melchers et al, 2020) stimola il candidato nell'impegnarsi in comportamenti di gestione ingannevole della propria immagine.

Una volta collegati al meeting Zoom, l'intervistatore invia il link del questionario al candidato tramite la funzionalità chat. Si tratta di link personalizzati, creati ad hoc per ogni partecipante mediante Qualtrics. A quel punto, dopo aver fornito il consenso informato, il candidato è libero di iniziare la prima parte della prova di selezione, che prevede la misura delle variabili di controllo quali l'ansia da prestazione per il colloquio di lavoro, la stabilità emotiva, l'attrattività dell'organizzazione, l'ansia da prestazione, l'onestà – umiltà, la triade oscura della personalità.

Dopo la compilazione di queste misure, a seconda del loro gruppo di appartenenza, i candidati visualizzano due differenti messaggi.

Coloro che si trovano nel gruppo di controllo visualizzano un messaggio che li invita a proseguire la prova. Invece, coloro che si trovano nel gruppo sperimentale ricevono il seguente avviso di identificazione:

*“Desideriamo informarLa che abbiamo notato alcuni insoliti pattern di risposta e desideriamo chiarire il problema. Alcune domande poste in precedenza misurano le risposte socialmente desiderabili. Questi item identificano le persone che hanno modificato le loro risposte in base a ciò che loro credono sia l’aspettativa delle altre persone su un dato tema, al fine di aumentare le possibilità di ottenere il lavoro. Il suo profilo di risposta fino a questo punto è simile a quello di chi risponde in modo socialmente desiderabile. Non intendiamo dubitare della sua integrità, piuttosto vogliamo solo ottenere una chiara comprensione di chi è Lei. Informazioni imprecise possono comportare una mancanza di adattamento al ruolo o una gestione inefficace del personale. Ciò può inoltre portare i dipendenti a sentirsi inadeguati, insoddisfatti, o demotivati, a lasciare il lavoro o ad essere licenziati. Vorremmo sottolineare l’importanza della totale sincerità nelle risposte che fornisce. Sia sé stesso e risponda a ogni domanda cercando di fornirci una sua descrizione precisa e affidabile. Desideriamo inoltre informarla che in passato alcuni candidati hanno ripetutamente distorto le loro risposte, anche dopo il presente messaggio di avvertimento. Questi individui furono scoperti rapidamente, e immediatamente rimossi dal processo di selezione”.*

A seguito di questo messaggio, i partecipanti appartenenti a entrambi i gruppi sono tenuti a compilare una lista di bogus item (vedi oltre, sezione “Misure”). Si tratta di una serie items creati ad hoc che riportano delle informazioni false e inesistenti e che hanno lo scopo di individuare i partecipanti che si stanno impegnando nell’inganno. Al fine di non facilitarne l’identificazione da parte del partecipante, vengono inseriti all’interno di un pool di items che contengono delle informazioni veritiere ed esistenti. Una volta conclusa la loro compilazione, il candidato viene invitato a ritornare su zoom per iniziare l’intervista.

La seconda fase dell’esperimento è incentrata sul colloquio di selezione. Al fine di aumentare il grado di coinvolgimento del partecipante, gli intervistatori hanno utilizzato abiti formali e si sono avvalsi di un’intervista semi-strutturata di tipo comportamentale descritta nella sezione “Misure”. Si è optato per l’utilizzo di questa intervista in quanto un elevato grado di strutturazione delle domande potrebbe compromettere le occasioni dell’intervistato di utilizzare comportamenti di falsificazione e di gestione ingannevole delle impressioni nel corso dell’intervista. Prima dell’inizio della fase di raccolta dati, ogni singolo intervistatore è stato sottoposto a una fase di training per prendere confidenza con l’intera procedura.

Una volta concluso il colloquio, l’intervistatore lascia il partecipante all’interno della stanza virtuale insieme a un collaboratore, presente fin dall’inizio del collegamento, specificando che gli item che avrebbe compilato in seguito non sarebbero stati utilizzati ai fini della selezione.

In questa ultima fase, quindi, viene somministrato l’Interview Faking Behavior di Levashina e Campion (2007) per misurare le tecniche di gestione ingannevole delle

impressioni insieme al test attitude survey di Arvey et al. (1990), un self-report che ha lo scopo di misurare il grado di motivazione che il partecipante dichiara di aver avuto durante l'intervista. Al fine di incentivare un'elevata motivazione alla partecipazione in fase di reclutamento e allo svolgimento ottimale della prova, viene offerto un premio in denaro del valore di € 150 al candidato con il punteggio più elevato all'intervista di selezione.

### **3.4 – Misure**

#### **Ansia da prestazione:**

Per misurare l'ansia da prestazione per il colloquio di lavoro è stato utilizzato il Measure of Anxiety in Selection Interviews (McCarthy and Goffin, 2004) composto da 6 item (e.g. “durante un colloquio di lavoro, mi preoccupa di cosa succederà se non ottengo il lavoro”) ai quali era possibile fornire una risposta mediante una scala likert a 5 punti (1= fortemente in disaccordo a 5 = fortemente d'accordo). Da letteratura l'attendibilità dello strumento è di  $\alpha=.83$  mentre quella osservata in questo studio, su un campione di  $N=137$  (il 99,3% del campione originale), è risultata essere  $\alpha=.82$ .

#### **Attrattività dell'organizzazione:**

Come misura dell'attrattività dell'organizzazione, sono stati utilizzati 5 item (e.g. “Sono interessata/o a saperne di più su questa azienda”) ripresi dallo studio di Sinar, Lievens & Highhouse (2003) ai quali era possibile fornire una risposta mediante una scala likert a 5

punti (1= fortemente in disaccordo a 5 = fortemente d'accordo). Su un campione di N=138 l'attendibilità è risultata essere  $\alpha=.93$ .

### **Stabilità emotiva:**

Per la misura della stabilità emotiva è stato utilizzato IPIP BF 50 (Gooldberg, 1992) composto da 10 item (e.g. "Mi arrabbio facilmente") ai quali era possibile fornire una risposta mediante una scala likert a 5 punti (1= fortemente in disaccordo a 5 = fortemente d'accordo). Da letteratura, l'attendibilità dello strumento è pari  $\alpha=.86$  mentre quella osservata in questo studio, su un campione di N=136 (il 98,6% del campione originale), è risultata essere  $\alpha=.85$ .

### **Onestà – umiltà:**

L'onestà – umiltà è stata misurata con la scala HEXACO di Lee e Ashton (2009). Questa è composta da 10 item utilizzati per la misura di quattro sottoscale, che sono: sincerità (e.g. "Non fingerei che una persona mi stia simpatica, solo per ottenere dei favori"), equità (e.g. "Per quanto cospicua, non accetterei mai una bustarella"), evitamento dell'avidità (e.g. "Mi darebbe molta soddisfazione possedere dei beni di lusso costosi") e modestia (e.g. "Voglio che la gente sappia che sono una persona di una certa importanza"). I partecipanti erano tenuti a fornire una risposta agli item mediante una scala likert a 5 punti (1= fortemente in disaccordo a 5 = fortemente d'accordo). All'interno di questo studio, su un campione di N=135 (il 97,8% del campione originale) le scale assumono i seguenti valori: quella di sincerità assume un valore di  $\alpha=.60$ , l'equità di  $\alpha=.78$ , evitamento

dell'avidità di  $\alpha=.50$  e modestia di  $\alpha=.51$ . Da letteratura, l'attendibilità del punteggio composito di Onestà-Umiltà ottenuto dalla media di tutti gli item è pari a  $\alpha=.79$  mentre quella osservata all'interno di questo studio è risultata essere  $\alpha=.67$ . Escludendo uno alla volta tutti gli item della scala di onestà – umiltà, i valori di Alpha calcolati non sono mai superiori a .67.

### **Dark Triad Dirty Dozen:**

La triade oscura della personalità è stata misurata utilizzando il Dark Triad Dirty Dozen di Schimmenti, Jonason, Passanisi, La Marca, Di Dio & Gervasi (2017). Questo strumento è composto da 12 item ( $\alpha=.82$ ) suddivisi in tre scale che misurano rispettivamente i livelli di machiavellismo (e.g. “Ho usato l'adulazione per ottenere ciò che voglio”), narcisismo (e.g. “Tendo a volere che gli altri mi ammirino”) e psicopatia (e.g. “Tendo a non provare rimorso”). A ogni item era possibile fornire una risposta mediante una scala likert a 5 punti (1= fortemente in disaccordo a 5 = fortemente d'accordo). Da letteratura, la dimensione del machiavellismo ha un'attendibilità pari a  $\alpha=.78$ , il narcisismo di  $\alpha=.74$  e la psicopatia di  $\alpha=.62$ . All'interno di questo studio, su un campione di N=138, la dimensione del machiavellismo ha una consistenza interna di  $\alpha=.75$ , la psicopatia di  $\alpha=.50$  e il narcisismo di  $\alpha=.77$ , quest'ultima valutata su un campione di N=137 (il 99,3% del campione originale). L'attendibilità della misura in questo studio è di  $\alpha=.80$ .

**Bogus item:**

Prendendo spunto dalla procedura sperimentale di Fan et al. (2012), sono stati creati ad hoc 37 item suddivisi in tre sezioni differenti che sono: modelli teorici (e.g. “Il trauma secondo S. Ferenczi”), strumenti clinici (e.g. “AAI (Adult Attachment Interview)”) e disturbi psicologici (e.g. “tricotillomania”). Al loro interno, vengono contenuti dei bogus item, che riportano delle informazioni false e inesistenti. Questi item prevedono una risposta dicotomica conosco/non conosco e hanno lo scopo di individuare i partecipanti si stanno impegnando nell’inganno, dichiarando di conoscere teorie, strumenti e disturbi inesistenti. Questa misura è quindi interpretabile come comportamento oggettivo di falsificazione.

**Interview faking behavior:**

Per misurare la gestione ingannevole delle impressioni è stata utilizzata la scala self report Interview Faking Behavior di Levashina & Campion (2007). Questo strumento è formato da quattro dimensioni che sono: creazione di immagini leggera (e.g. “Ho esagerato nel raccontare le responsabilità che avevo nei lavori precedenti”), creazioni di immagini estesa (e.g. “Ho costruito storie fittizie per spiegare delle lacune che ho avuto nelle mie esperienze lavorative”), protezione dell’immagine (e.g. “Quando mi è stato chiesto, non ho menzionato i problemi che ho avuto nei lavori precedenti”) e ingraziamento (e.g. “Ho esagerato con i commenti positivi sull'organizzazione”). Fra i 54 item appartenenti allo strumento originale, ne sono stati selezionati 5 per ogni dimensione, utilizzando come criterio quello del coefficiente di saturazione maggiore nell’articolo di presentazione

della scala (Levashina & Campion, 2007). Per rispondere, il partecipante poteva avvalersi di una scala likert a 5 punti (1= fortemente in disaccordo a 5 = fortemente d'accordo). Da letteratura, la dimensione della creazione di immagini leggera ha un'attendibilità pari a  $\alpha=.90$ , le creazioni di immagini estese di  $\alpha=.95$ , la protezione dell'immagine  $\alpha=.92$  e l'ingraziamento di  $\alpha=.91$ .

Tutte e 4 le dimensioni di questo strumento sono state valutate su un campione di N=137 (99,3% del campione totale). Nella dimensione della leggera creazione di immagini abbiamo ottenuto  $\alpha=.82$ , in quella della creazione di immagini estesa di  $\alpha=.92$ , nella protezione dell'immagine di  $\alpha=.71$  e in quella riferita all'ingraziamento di  $\alpha=.78$ . L'attendibilità dello strumento osservata all'interno di questo studio è di  $\alpha=.90$ .

#### **Test attitude survey:**

Per misurare la Motivazione del partecipante nello svolgimento del colloquio, è stato utilizzato il Test attitude survey di Arvey et Al. (1990), un questionario composto da 10 item (e.g. "Durante questo colloquio, mi sono concentrato e ho cercato di fare del mio meglio") ai quali era possibile fornire una risposta mediante una scala likert a 5 punti (1= fortemente in disaccordo a 5 = fortemente d'accordo). L'attendibilità iniziale dello strumento è pari a  $\alpha=.85$ , su un campione di N=135 (il 97,8% del campione originale) è risultata essere  $\alpha=.88$ .

### **Intervista semi-strutturata:**

Per effettuare il colloquio, gli intervistatori si sono avvalsi di una intervista semi-strutturata di tipo comportamentale creata ad hoc per questa procedura sperimentale. È composta da due dimensioni, la prima indaga l'integrità morale mentre la seconda le conoscenze teoriche possedute dal candidato. Al fine di consentire all'intervistatore di elaborare dei giudizi oggettivi, per entrambe le dimensioni sono state elaborati degli ancoraggi di risposta che prevedevano: risposta adeguata (3 punti), risposta neutra (2 punti) e risposta inadeguata (1 punto).

La prima parte prevede la presentazione di tre scenari lavorativi e l'utilizzo di ancoraggi comportamentali che permettono all'intervistatore di valutare la qualità della risposta del candidato. Riporto di seguito un esempio di scenario:

*“È accaduto in passato, durante lo svolgimento dei tirocini, che le ore di operato dei tirocinanti non venissero portate pienamente a termine in quanto essi approfittavano dell'assenza del tutor in sede per abbandonare in anticipo il luogo di lavoro. Ciò comportava un aumento del carico lavorativo per gli altri tirocinanti. Le è mai capitato che dei colleghi in gruppi formali, lavorativi, universitari o di volontariato abbiano messo in atto dei comportamenti dannosi per il gruppo? Come si è comportato?”*

La seconda parte dell'intervista, composta anch'essa da tre domande (e.g. “Ha avuto contatti con persone con catatonìa? Può descrivere l'evento?”), indaga le esperienze dirette e le conoscenze teoriche del partecipante rispetto alla catatonìa, al delirium

tremens e al disturbo bipolare. L'affidabilità dell'intervista è stata testata tramite la stima dell'accordo tra giudici indipendenti. Ognuno dei quattro giudici ha ricodificato almeno cinque delle interviste svolte dagli altri intervistatori, generando una sovrapposizione di 21 interviste codificate da due valutatori, il punteggio dei quali è risultato fortemente correlato ( $r=.87$ ).

### 3.5 – Risultati

Medie e deviazioni standard sono presentate in Tabella 15 e Tabella 16. I dati raccolti mediante Qualtrics sono stati analizzati attraverso l'utilizzo del software JASP.

Le analisi preliminari hanno previsto lo studio della distribuzione delle variabili analizzando i livelli di Asimmetria e Curtosi utilizzando per entrambe la soglia di due SE dal valore atteso di 0.

Tabella 75

*Statistiche descrittive delle variabili dello studio.*

	IntAnx	OrgAtt	Neur	HonHum	DDMach	DDPsyco	DDNarc	Bogus
Valid	138	138	138	138	138	138	138	138
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	2.406	4.436	3.621	3.919	1.554	1.529	2.546	0.659
Std. Deviation	0.770	0.733	0.642	0.559	0.610	0.554	0.852	1.175
Skewness	0.244	-2.093	-0.195	-0.679	1.016	1.254	9.813e-4	3.326
Std. Deviation of skewness	0.206	0.206	0.206	0.206	0.206	0.206	0.206	0.206
Kurtosis	-0.619	5.799	-0.676	0.719	0.184	1.501	-0.716	18.119
Std. Deviation of Kurtosis	0.410	0.410	0.410	0.410	0.410	0.410	0.410	0.410
Minimum	1.000	1.000	2.100	2.143	1.000	1.000	1.000	0.000
Maximum	4.500	5.000	4.900	5.000	3.500	3.750	4.750	9.000

Note: In corsivo i valori di asimmetria e curtosi che si allontanano più di due SE dal valore atteso di 1.

Tabella 16

*Statistiche descrittive delle variabili dello studio.*

	FBI_SIC	FBI_EIC	FBI_IP	FBI_ING	TAS	IR
Valid	138	137	137	137	137	136
Missing	0	1	1	1	1	2
Media	1.518	1.406	1.310	1.332	3.988	10.074
Std. Deviation	0.661	0.803	0.511	0.529	0.651	1.969
Skewness	<i>2.061</i>	<i>2.253</i>	<i>1.965</i>	<i>2.082</i>	-0.753	-0.092
Std. Deviation of skewness	0.206	0.206	0.206	0.206	0.206	0.208
Kurtosis	5.791	4.429	3.535	4.195	0.597	-0.071
Std. Deviation of Kurtosis	0.410	0.410	0.410	0.410	0.410	0.413
Minimum	1.000	1.000	1.000	1.000	1.900	5.000
Maximum	5.000	4.600	3.500	3.500	5.000	15.000

Note: In corsivo i valori di asimmetria e curtosi che si allontanano più di due SE dal valore atteso di 1.

Ne è risultato che la distribuzione di alcune variabili è sostanzialmente normale, a parte qualche violazione moderata determinata dalla natura dello strumento utilizzato. Questo si verifica nel caso della scala di ansia per l'intervista di selezione, quella dell'onestà – umiltà, della stabilità emotiva e del narcisismo presente nel Dirty Dozen Dark Triad (Schimmenti et al., 2017). Tuttavia, è stato riscontrato che alcune variabili non si distribuiscono normalmente, come la scala dell'attrattività dell'organizzazione, del machiavellismo e della psicopatia presenti nel Dirty Dozen Dark Triad (Schimmenti et al., 2017), dei bogus e dell'interview faking behavior (Levashina & Campion, 2007).

Nella Figura 1, Figura 2 e Figura 3 riporto i grafici di distribuzione delle variabili dipendenti dello studio.

Figura 1

*Distribuzione delle risposte derivanti dai bogus item*

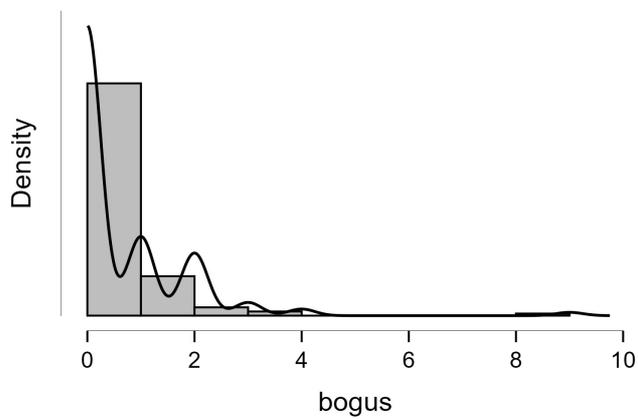
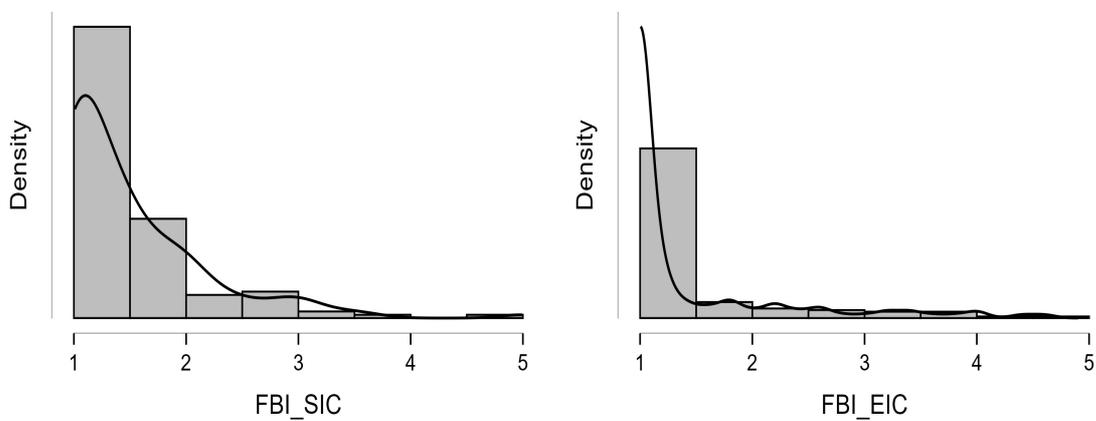


Figura 2

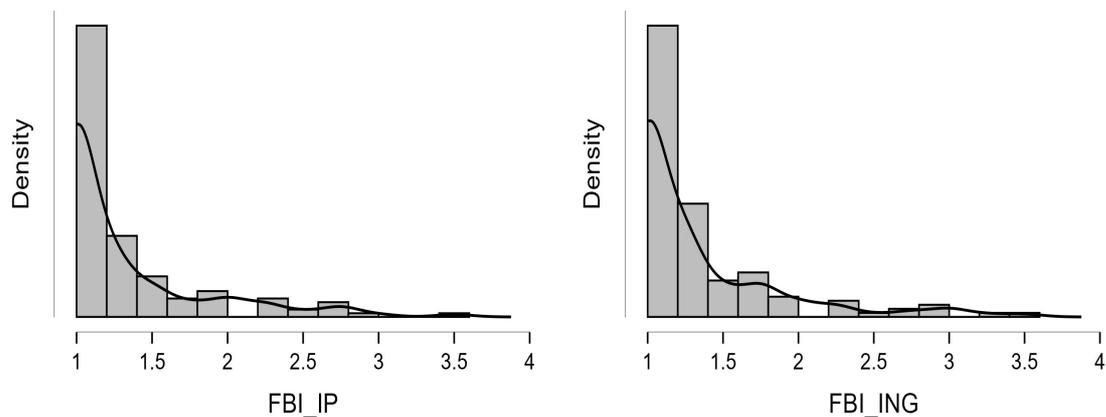
*Distribuzione delle risposte sulle scale della "leggera creazione di immagini" e "estesa creazioni di immagini"*



Risulterà quindi necessario utilizzare metodi statistici adatti al trattamento di distribuzioni teoriche analoghe a quelle osservate, come la Poisson o la Gamma.

Figura 3

*Distribuzione delle risposte sulle scale della "protezione dell'immagine" e "ingraziamento"*



Il primo obiettivo di questo studio è verificare se alcuni dei risultati precedentemente ottenuti dalla letteratura sulla falsificazione sono replicabili anche nelle interviste mediate dalla tecnologia. Essendo la distribuzione di alcune variabili non normale, è stata utilizzata la correlazione rho di Spearman basata sui ranghi per verificare le ipotesi correlazionali. Le ipotesi sono state verificate studiando le correlazioni con le singole scale dell'intervista faking behavior (Levashina & Campion, 2007). Nella Tabella 17 si riporta la matrice di correlazione tra le variabili dello studio.

Sulla base dei risultati di questo studio, l'ipotesi H.1a (esiste una correlazione negativa tra stabilità emotiva e la gestione ingannevole delle impressioni) non è stata confermata

in quanto le correlazioni trovate non sono significative. Inoltre, la direzione di queste associazioni è negativa; questo risultato si discosta da quelli individuati nella letteratura. Buehl et al., (2017) hanno trovato un'associazione di  $r = .13$  (N=222) tra la stabilità emotiva e la gestione ingannevole della propria immagine. Invece, misurando l'intenzione di fingere in un successivo colloquio, Lester et al., (2015) hanno trovato un valore di  $r = .19$  (N=313).

Tabella 17

*Matrice di correlazione tra tutte le variabili misurate nello studio*

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.IntAnx	.82													
2.OrgAtt	-0.19*	.93												
3.Neur	-0.32***	0.26**	.85											
4.Hon_Hum	-0.17*	0.23**	0.30***	.67										
5.DDMach	0.18*	-0.24**	-0.37***	-0.51***	.75									
6.DDPsych	-0.05	-0.24**	-0.11	-0.28**	0.35***	.50								
7.DDNarc	0.06	-0.18*	-0.27**	-0.54***	0.41***	0.31***	.77							
8.bogus	-0.03	0.12	-0.02	0.06	0.05	0.03	-0.04	—						
9.FBI_SIC	-0.06	0.1	-0.04	-0.11	0.21*	0.10	0.21*	0.09	.82					
10.FBI_EIC	-0.03	0.09	-0.03	-0.15	0.05	0.17	0.19*	0.25*	0.47***	.92				
11.FBI_IP	0.07	-0.06	-0.12	-0.06	0.13	0.17	0.13	0.04	0.31***	0.15	.71			
12.FBI_ING	-0.03	-0.08	-0.03	-0.20*	0.29***	0.19	0.20*	0.09	0.61***	0.35***	0.30***	.78		
13.TAS	-0.05	0.27**	0.16	0.12	-0.22*	-0.34	-0.112	-0.17	-0.23**	-0.10	-0.15	-0.12	.88	
14.IR	-0.05	0.04	0.14	0.15	0.09	0.07	-0.09	-0.14	0.10	-0.12	-0.09	0.09	0.17*	.87

Note: nella diagonale sono presenti le affidabilità ( $\alpha$  di Cronbach, 1966); IntAnx: interview anxiety; OrgAtt: organizational attractiveness; Neur: neuroticism; Hon\_hum: Honesty\_humility; DDMarch: Dirty Dozen Machiavellism; DDNarc: Dirty Dozen Narcisism; FBI\_SIC: interview faking behavior\_slight image creation; FBI\_EIC: interview faking behavior\_Extensive image creation; FBI\_IP: interview faking behavior\_Image Protection; FBI\_ING: interview faking behavior\_ingratiatioation; TAS: Test Attitude Survey. \* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$ ; \*\*\* $p < .001$ . I valori in grassetto rappresentano test di H1.

Questi studi hanno calcolato le correlazioni sul livello generale di finzione tramite l'utilizzo dell'interview faking behavior (Levashina & Campion, 2007). Altri autori, come nel presente studio, hanno calcolato le correlazioni su ogni scala del self report appena citato. Bourdage et al., (2018) hanno trovato correlazioni positive tra stabilità emotiva e gestione ingannevole delle impressioni individuando i seguenti valori: “creazione di immagini leggere” ( $r = .13$ ), “creazioni di immagini estese” ( $r = .02$ ), “protezione dell'immagine” ( $r = .08$ ) e “ingraziamento” ( $r = .14, p < .05$ ). Su un campione di  $N=224$ , solo la scala dell'“ingraziamento” risulta essere statisticamente significativa. Invece, Roulin et al. (2017) hanno ottenuto, su un campione di  $N=80$  i seguenti risultati: “creazione di immagini leggere” ( $r = -.11$ ), “creazione estese di immagini” ( $r = -.01$ ), “protezione dell'immagine” ( $r = .05$ ) e “ingraziamento” ( $r = -.01$ ). Tuttavia, nessuno di questi valori è statisticamente significativo.

Nel presente studio la stabilità emotiva presenta delle associazioni deboli con la scala della “creazione di immagini leggere” ( $\rho = -.043, p = .616$ ), “creazioni di immagini estese” ( $\rho = -.031, p = .721$ ), della “protezione dell'immagine” ( $\rho = -.12, p = .161$ ) e del “ingraziamento” ( $\rho = -.026, p = .761$ ).

L'ipotesi H.1b (“Esiste una correlazione positiva tra il machiavellismo e la gestione ingannevole delle impressioni”) è confermata solo in parte. In letteratura, autori come Roulin & Krings (2016) hanno preso in considerazione il livello generale di

falsificazione, trovando un'associazione di  $r = .45$  ( $N=508$ ) tra le intenzioni di fingere e il machiavellismo. Misurando il comportamento effettivo dei partecipanti tramite la scala self report, Levashina & Campion (2007) hanno trovato, su un campione di  $N=156$  i seguenti risultati: “creazione di immagini leggere” ( $r = .33$ ), “creazioni di immagini estese” ( $r = .23$ ), “protezione dell'immagine” ( $r = .35$ ) e “ingraziamento” ( $r = .40$ ). Risultati simili sono stati riscontrati anche nello studio condotto da Roulin & Bourdage (2017) su un campione di  $N=80$ : “creazione di immagini leggere” ( $r = .43$ ), “creazioni di immagini estese” ( $r = .31$ ), “protezione dell'immagine” ( $r = .26$ ) e “ingraziamento” ( $r = .17$ ); solo quest'ultima scala non è statisticamente significativa. All'interno di questo studio sono state trovate delle relazioni positive e significative tra la scala del machiavellismo e le scale “creazione di immagini leggere” ( $\rho = .21, p = .015$ ) e “ingraziamento” ( $\rho = .29, p < .001$ ). Quelle riscontrate nelle scale “creazioni di immagini estese” ( $\rho = .049, p = .571$ ) e “protezione dell'immagine” ( $\rho = .13, p = .126$ ) non sono significative.

Anche l'ipotesi H.1c (Esiste una correlazione positiva tra il narcisismo e la gestione ingannevole delle impressioni) trova un supporto parziale, in quanto la scala del narcisismo ripresa dal Dark Triad Dirty Dozen (Schimmenti et al., 2017) correla positivamente e in maniera significativa con la scala “creazione di immagini leggere” ( $\rho = .21, p = .015$ ), “creazioni di immagini estese” ( $\rho = .19, p = .025$ ) e del “ingraziamento” ( $\rho = .20, p = .019$ ). La relazione tra la scala del narcisismo e della “protezione dell'immagine” ( $\rho = .13, p = .122$ ) non è significativa. Roulin & Bourdage (2017) invece, hanno trovato correlazioni positive e significative ( $N=80$ ) con la scala della “creazione di immagini leggere” ( $r = .26$ ), della “creazioni di immagini estese” ( $r =$

.23), “protezione dell’immagine” ( $r = .23$ ) e “ingraziamento” ( $r = .17$ ); solo quest’ultima scala non è statisticamente significativa.

L’ipotesi H.1d (Esiste una correlazione positiva tra psicopatia e la gestione ingannevole delle impressioni) è confermata solo in parte, nello specifico nella relazione tra psicopatia e la scala di “ingraziamento” ( $\rho = .20, p = .021$ ). La scala della “creazioni di immagini estese” presenta un  $\rho = .17$  con un  $p = .053$ , superando di poco il valore di  $\alpha = .05$ . La scala della “creazione di immagini leggere” ( $\rho = .105, p = .224$ ) e della “protezione dell’immagine” ( $\rho = .11, p = .126$ ) presentano delle relazioni non significative con la scala della psicopatia. In precedenza, Roulin & Bourdage (2017) hanno trovato, su un campione di  $N=80$ , correlazioni positive e significative con la scala della “creazione di immagini leggere” ( $r = .37$ ), della “creazioni di immagini estese” ( $r = .30$ ), della “protezione dell’immagine” ( $r = .15$ ) e del “ingraziamento” ( $r = .09$ ); queste ultime due scale non sono statisticamente significative.

L’ipotesi H.1e (esiste una correlazione negativa tra il tratto dell’onestà – umiltà e la gestione ingannevole della propria immagine) è confermata solo in parte in quanto solo nella scala del “ingraziamento” ( $\rho = -.25, p = .003$ ) la correlazione è significativa. Per quanto riguarda le scale della “creazione di immagini leggere” ( $\rho = -.11, p = .193$ ), della “creazioni di immagini estese” ( $\rho = -.15, p = .075$ ) e della “protezione dell’immagine” ( $\rho = -.06, p = .479$ ) le associazioni non sono significative. Studi precedenti hanno sempre trovato relazioni negative e statisticamente significative tra l’onestà – umiltà e la gestione ingannevole della propria immagine. Law et al. (2016), su un campione di  $N=173$ , hanno ottenuto i seguenti risultati: “creazione di immagini leggere” ( $r = -.17$ ), della “creazioni di immagini estese” ( $r = -.27$ ), “protezione dell’immagine” ( $r = -.20$ ) e “ingraziamento” ( $r = -.27$ ). Su un campione di  $N=80$ , Roulin

& Bourdage (2017) hanno ottenuto una correlazione di  $r = -.39$  nella scala della “creazione di immagini leggere”, di  $r = -.25$  in quella della “creazioni di immagini estese”, di  $r = -.30$  nella scala della “protezione dell’immagine” e di  $r = -.36$  in quella di “ingraziamento”. Su un campione di  $N=224$ , Bourdage et al. (2018) hanno ottenuto i seguenti risultati: “creazione di immagini leggere” ( $r = -.19$ ), della “creazioni di immagini estese” ( $r = -.02$ ), “protezione dell’immagine” ( $r = -.15$ ) e “ingraziamento” ( $r = -.25$ ). Buehl & Melchers (2017) invece, hanno calcolato l’associazione tra onestà – umiltà e gestione ingannevole delle impressioni tramite l’utilizzo di un indice composito che a differenza degli studi elencati in precedenza, non ha fornito indici correlazionali per ogni scala, ma solo per il livello generale di falsificazione misurato ( $r = -.40$ ). Tutti questi studi erano incentrati sullo studio del comportamento di finzione mentre quello svolto da Ho et al. (2019) ha misurato le intenzioni nel mentire in un successivo colloquio di lavoro ( $N=466$ ) trovando i seguenti risultati: “creazione di immagini leggere” ( $r = -.17$ ), della “creazioni di immagini estese” ( $r = -.15$ ), “protezione dell’immagine” ( $r = -.16$ ) e “ingraziamento” ( $r = -.22$ ). Sono state svolte delle analisi esplorative sulla matrice di correlazione con lo scopo di individuare delle variabili che assumono dei valori consistenti e che prescindono dalle ipotesi. Sono stati presi in considerazione i legami tra le variabili indipendenti di personalità e quelle dipendenti dello studio. La relazione tra onestà – umiltà e la scala dell’ingraziamento è negativa, con un  $\rho = -.25$  e un  $p = .003$ . Un’ulteriore relazione positiva è stata riscontrata tra i bogus item e la scala di “creazione di immagini estese” con un  $\rho = .25$  e  $p = .003$ . È un indice che attesta la validità della scala EIC data la procedura sperimentale. Questa ha posto dei bogus item a totale insaputa del partecipante e ha chiesto a quest’ultimo di compilare, alla fine dell’intervista, un self report per misurare la quantità di menzogna dichiarata. Questo valore attesta una validità

inferiore alle aspettative evidenziando che questa scala misura solo parzialmente quanto i candidati hanno mentito.

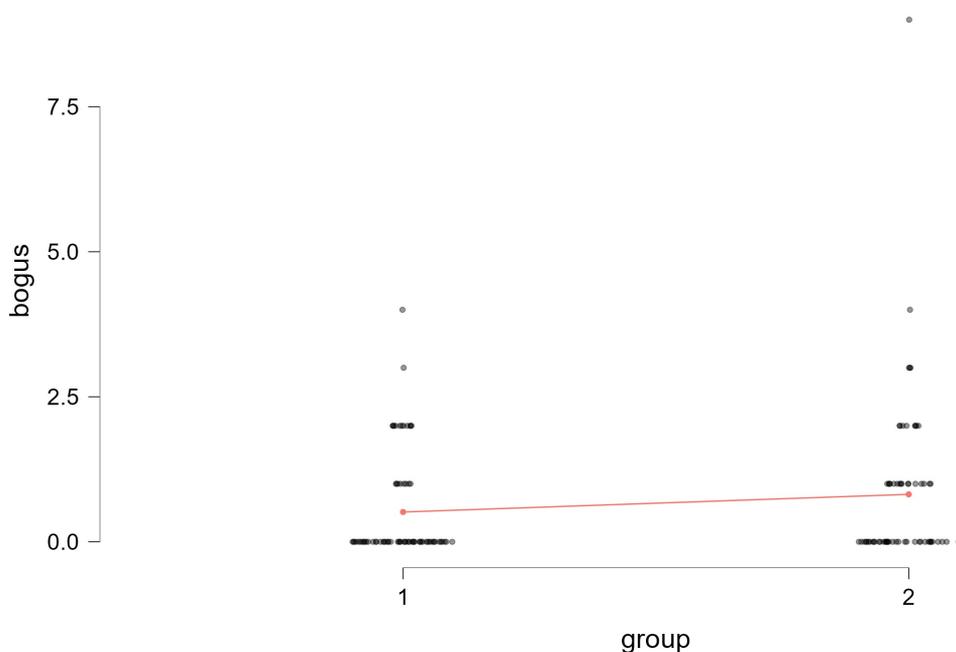
Il secondo obiettivo di questo studio consiste nel verificare l'efficacia nell'utilizzare un avviso di identificazione al fine di diminuire i comportamenti di falsificazione e i tentativi di gestione della propria immagine. In funzione della distribuzione non normale delle variabili dipendenti (osservabile nella Figura 1, Figura 2 e Figura 3) che risulta essere fortemente asimmetrica verso sinistra, l'analisi dei dati è stata effettuata mediante l'utilizzo del modello lineare generalizzato, un'estensione del modello lineare che può essere utilizzato per ottenere la massima verosimiglianza dei parametri rispetto ad alcune famiglie esponenziali, ed effetti sistematici che possono essere resi lineari tramite un'opportuna trasformazione. Per questi modelli viene fornita una generalizzazione dell'analisi della varianza utilizzando le verosimiglianze logaritmiche e possono essere applicate su distribuzioni normali, binomiali, Poisson e gamma (Nelder & Wedderburn, 1972). Attraverso una generalizzazione del modello sottostante, ammette differenti distribuzioni della variabile dipendente (sia categoriali che continue) con un collegamento logaritmico tra  $y$  e  $x$ . Sulla base di questo, è stata utilizzata una distribuzione gamma con collegamento inverso per le scale dell'interview faking behavior (Levashina & Campion, 2007) e Poisson con collegamento logaritmico per i bogus.

Al fine di verificare l'ipotesi H.2a (l'avviso di identificazione diminuisce il numero di false identificazioni alla scala con i bogus items) è stata utilizzata una distribuzione Poisson che include al suo interno degli eventi rari verso la coda destra della distribuzione

ed è schiacciata verso sinistra in quanto la maggior parte delle osservazioni corrispondono allo 0. In funzione della distribuzione dei punteggi, viene usato un collegamento log alla variabile indipendente categoriale (gruppo sperimentale). I parametri del modello sono stati stimati per massima verosimiglianza. Il valore soglia utilizzato per determinare la significatività dell'effetto è  $Z$  di Wald = 1.96.

Figura 4

*Effetto della manipolazione sperimentale sulla variabile dipendente bogus items*

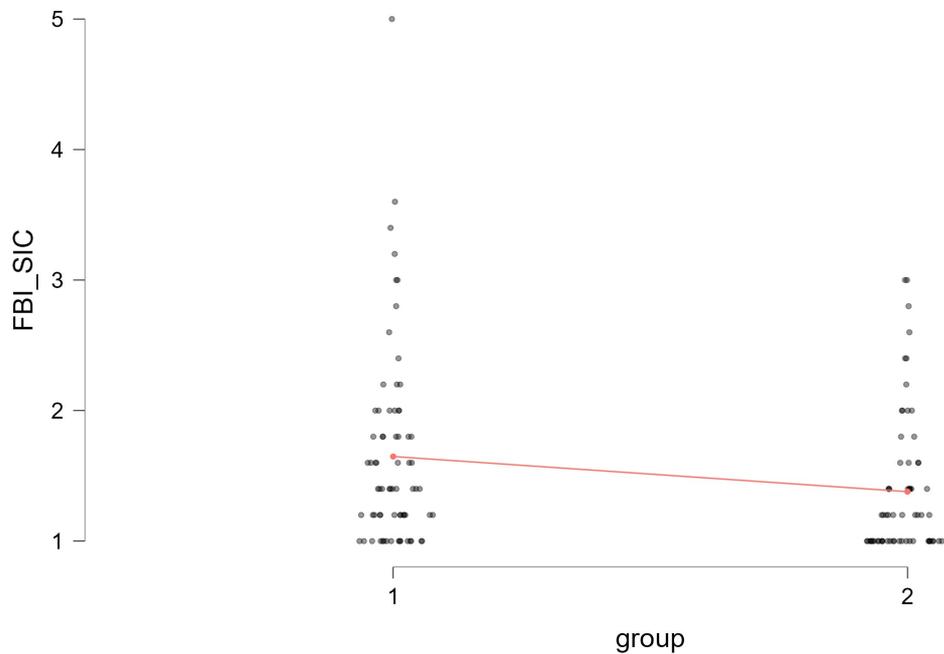


In Figura 4 è possibile osservare come nella condizione sperimentale, si sono manifestate minori occorrenze del comportamento di menzogna nella compilazione dei bogus items rispetto alla condizione di controllo e questa differenza è significativa ( $\beta = .465$ ;  $Z = 2,18$ ). Si rifiuta l'ipotesi nulla a favore di quella alternativa.

Per verificare l'ipotesi H.2b, (la manipolazione diminuisce i livelli medi di gestione ingannevole della propria immagine misurata tramite scala self report), è stata utilizzata una distribuzione Gamma della variabile dipendente riferite alle scale dell'interview faking behavior (Levashina & Campion, 2007) con un collegamento di funzione inversa. La prima scala testata in funzione dell'avviso di identificazione è quella della "leggera creazione di immagini". Il valore soglia utilizzato per determinare la significatività della manipolazione è  $Z=1,96$ .

Figura 5

*Effetto della manipolazione sperimentale sulla variabile dipendente "leggera creazione di immagini"*

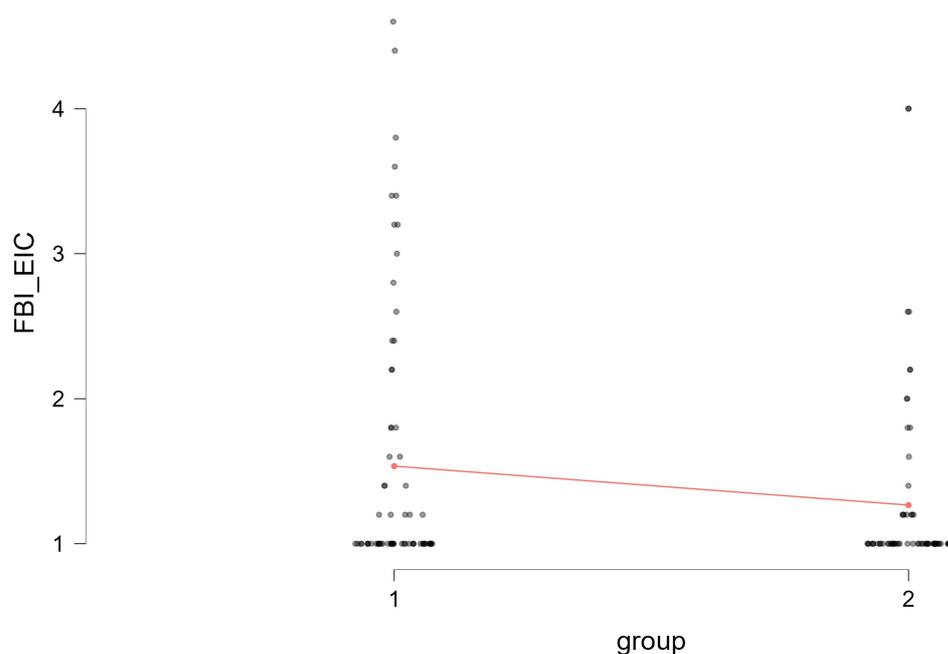


I risultati evidenziano che chi ha ricevuto l'avviso di identificazione dichiara maggiormente di aver adottato dei comportamenti per modificare leggermente la propria immagine ( $\beta = .118$ ;  $Z = 2,45$ ).

La seconda scala testata in funzione dell'avviso di identificazione è quella della "estesa creazione di immagini".

Figura 6

*Effetto della manipolazione sperimentale sulla variabile dipendente "estesa creazione di immagini".*

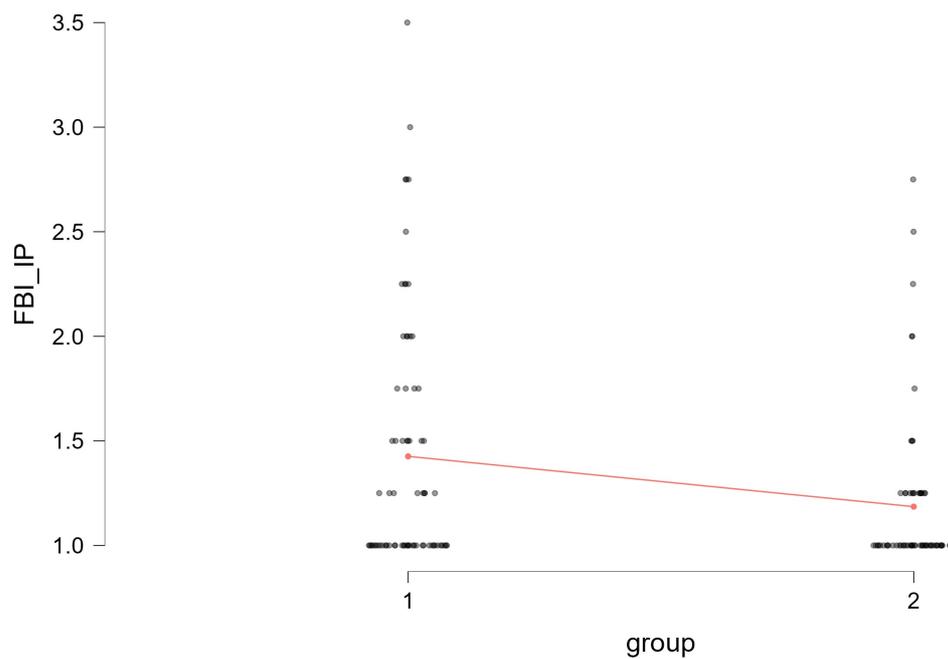


Anche in questo caso viene evidenziato che il gruppo sperimentale dichiara maggiormente di aver adottato dei comportamenti per modificare in maniera estesa la propria immagine ( $\beta = .138$ ;  $Z = 2,01$ ).

I risultati sono simili anche per la scala della "protezione dell'immagine".

Figura 7

*Effetto della manipolazione sperimentale sulla variabile dipendente "protezione dell'immagine"*

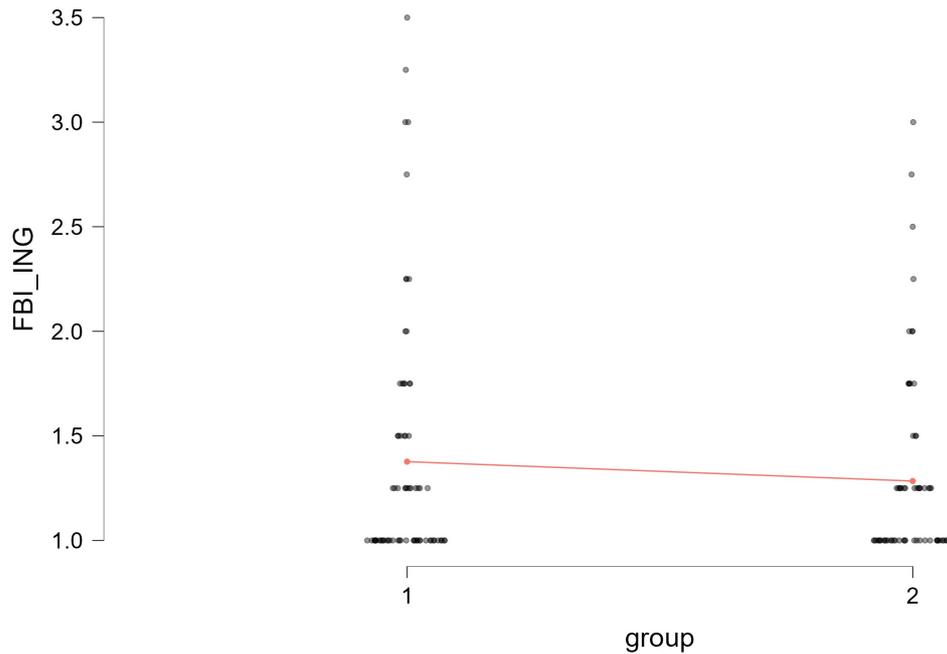


I partecipanti del gruppo sperimentale dichiarano maggiormente di aver difeso la propria immagine di candidato ideale ( $\beta = .142$ ;  $Z = 2,89$ ).

Per quanto riguarda la scala del "ingraziamento" l'effetto è più debole e non significativo.

Figura 8

*Effetto della manipolazione sperimentale sulla variabile dipendente "protezione dell'immagine"*



Il gruppo sperimentale non manifesta maggiori livelli di ingraziamento nei confronti dell'intervistatore ( $\beta = .052$ ;  $Z = 1,03$ ) rispetto al gruppo di controllo. Non è possibile rifiutare l'ipotesi nulla a favore di quella alternativa.

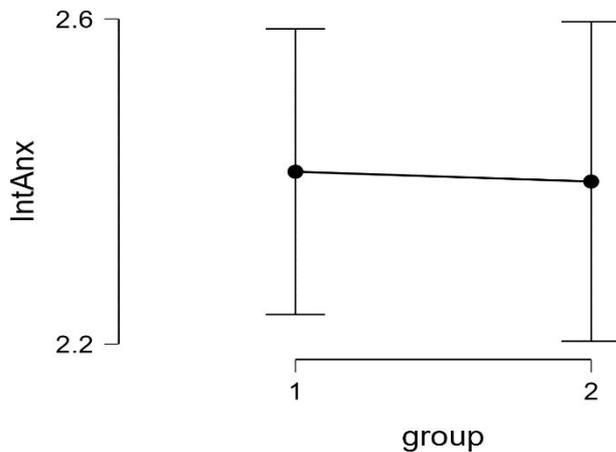
Questa manipolazione sembra incentivare una maggiore ammissione di falsificazione. Infatti, l'ipotesi che i partecipanti assegnati alla condizione sperimentale abbiano mentito maggiormente non è compatibile con i risultati emersi attraverso i bogus items. È possibile che il comportamento di gestione della propria immagine non sia stato diverso tra i gruppi, e che il timore di essere scoperti a seguito dell'avviso di identificazione ha

portato i partecipanti nel gruppo sperimentale a riportare tali comportamenti di faking in misura maggiore. In funzione di questa interpretazione, il messaggio di avviso ha aumentato la sincerità nel gruppo sperimentale estendendola al self-report successivo all'intervista. La scala del "ingraziamento" potrebbe aver subito meno questo effetto perché i comportamenti misurati da questa scala sono considerati come accettabili in un contesto di selezione, sia da parte dei candidati che da quella degli intervistatori (Bourdage et al., 2018), e non vengono percepiti come problematici e meritevoli di segnalazione. Questo avrebbe quindi generato una maggiore sincerità anche nel gruppo di controllo. Infatti, i comportamenti di ingraziamento sono simili tra gruppo sperimentale e di controllo.

Al fine di studiare gli effetti che l'ansia da prestazione gioca all'interno dei comportamenti di falsificazione e in vista delle successive ipotesi, è stato svolto un T-test per campioni indipendenti ( $t = .091$ ,  $p = .927$ ). Questo è servito per confrontare le medie ottenute all'interno dei due gruppi alla misura "ansia da prestazione per il colloquio".

Figura 9

*T-Test per campioni indipendenti sui livelli di ansia da prestazione all'interno dei due gruppi sperimentali*



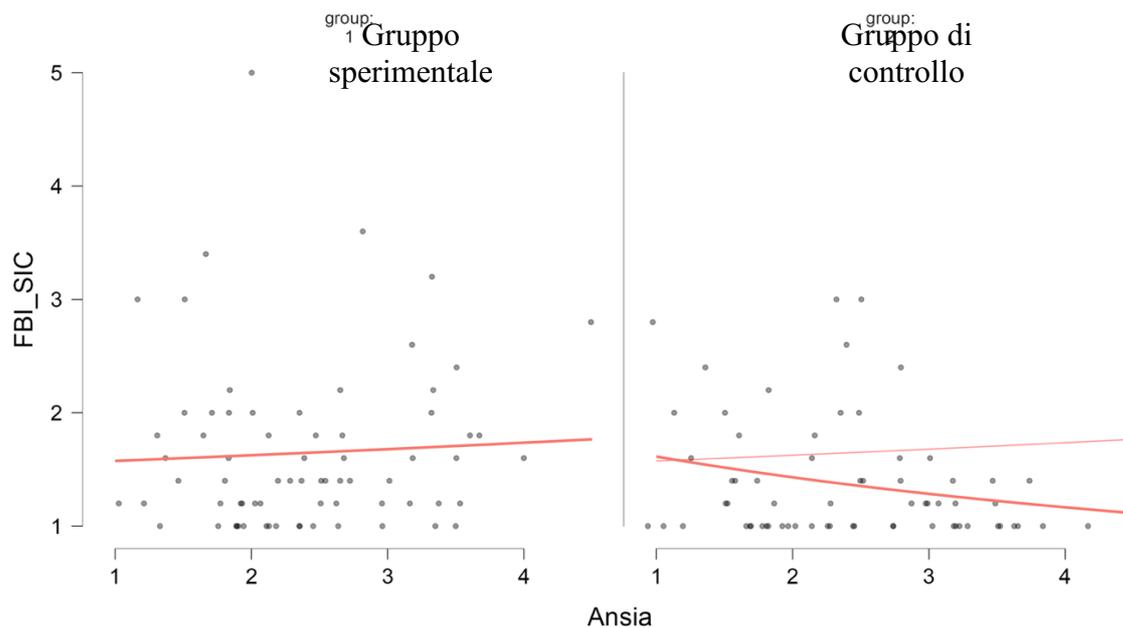
I risultati evidenziano come i partecipanti nelle due condizioni manifestino livelli d'ansia da prestazione estremamente simili tra loro.

Stabilendo la parità tra le due condizioni, l'ipotesi H.2c (la relazione tra ansia da prestazione e la gestione ingannevole delle impressioni è più elevata nella condizione sperimentale con avviso) ha testato la possibilità che la relazione tra l'ansia di intervista e le scale dell'interview faking behavior (Levashina & Campion, 2007) dipenda dal gruppo di assegnazione. Per testare questa ipotesi è stata svolta un'analisi di moderazione categorica utilizzando come moderatore il gruppo sperimentale di appartenenza e come variabile indipendente l'ansia per intervista. Abbiamo ripetuto questa analisi usando come variabile dipendente le 4 scale dell'Interview Faking Behavior. Abbiamo quindi stimato un modello lineare generalizzato con distribuzione Gamma e collegamento inverso. Il valore soglia utilizzato per determinare la significatività della manipolazione

è  $Z=1,96$ . La prima scala sul quale è stata testata la moderazione è quella della “creazione delle immagini leggere”.

Figura 10

*Analisi di moderazione tra ansia da prestazione e la scala della leggera creazione di immagini all'interno del gruppo sperimentale e di controllo*



All'interno di questa analisi, come in quelle successive, sono stati testati contemporaneamente gli effetti previsti dall'ipotesi H.2b (la manipolazione diminuisce i livelli medi di gestione ingannevole della propria immagine misurata tramite scala self report), ovvero l'effetto principale della manipolazione sperimentale, e H.2c (la relazione tra ansia da prestazione e la gestione ingannevole delle impressioni è più elevata nella condizione sperimentale con avviso).

L'effetto principale della manipolazione sperimentale diventa negativo e non significativo ( $\beta = -.114$ ;  $Z = -.750$ ) rispetto a quello precedentemente presentato in Figura

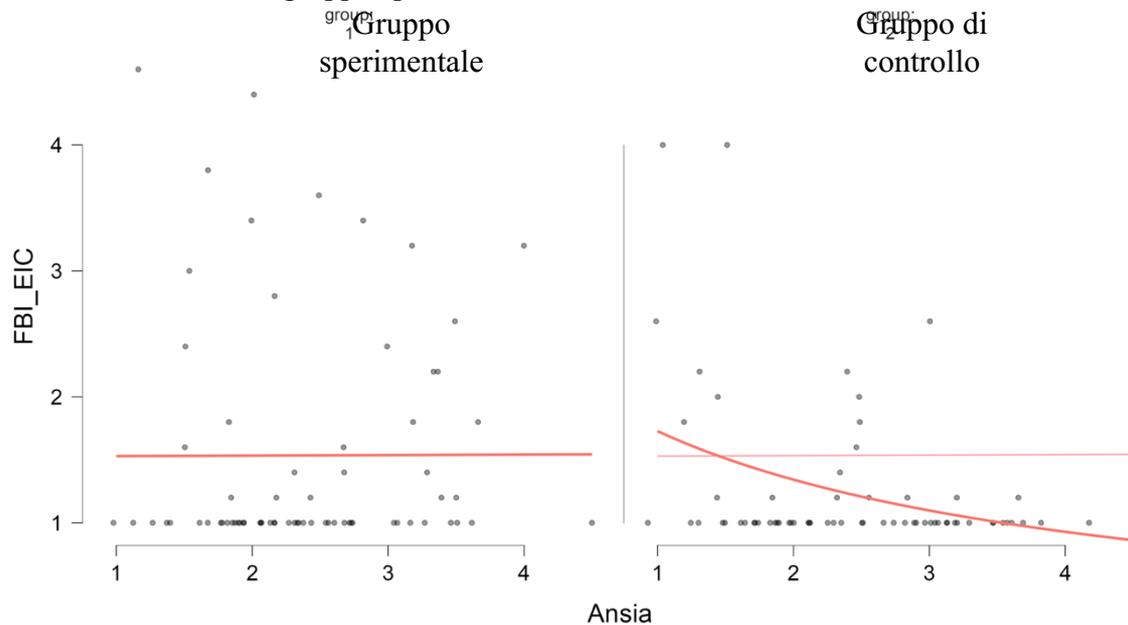
5. Questo è dovuto alla presenza dell'effetto dell'ansia ( $\beta = -.02$ ;  $Z = -.494$ ) ma in particolare dall'effetto dell'interazione della variabile moderatrice “gruppo sperimentale di appartenenza” con quella indipendente dell'ansia per l'intervista ( $\beta = .09$ ;  $Z = 1.603$ ) che è tendenzialmente significativo. Questo effetto implica che la relazione tra l'ansia per l'intervista e la scala della “leggera creazione di immagini” cambi in funzione del gruppo di assegnazione, ed è moderata in maniera non significativa dall'avviso di identificazione. All'interno del gruppo sperimentale la relazione tra ansia per l'intervista e la scala della “leggera creazione di immagini” è leggermente positiva. Questo indica che a seguito dell'avviso di identificazione, maggiori livelli d'ansia per l'intervista portino ad ammettere maggiormente di aver agito comportamenti finalizzati alla costruzione della propria immagine.

All'interno del gruppo di controllo la relazione tra l'ansia per l'intervista e la scala della “leggera creazione di immagini” è negativa. Questo implica che quando i candidati non ricevono l'avviso di identificazione, al crescere dei livelli di ansia sperimentati, diminuiscono le ammissioni riguardanti la costruzione della propria immagine. In Figura 10 è possibile osservare, nel grafico sulla destra, le due condizioni sperimentali paragonate tra loro, la linea più sottile e chiara rappresenta il gruppo sperimentale, mentre la linea più grossa la condizione di controllo.

La seconda analisi di moderazione è stata svolta sulla scala della “creazioni di immagini estesa”.

Figura 11

*Analisi di moderazione tra ansia da prestazione e la scala della creazione di immagini estesa all'interno del gruppo sperimentale e di controllo*



Come nella precedente analisi, vengono testati contemporaneamente l'effetto principale della manipolazione e l'effetto derivante dall'analisi di moderazione categorica. A seguito della presenza del termine di interazione, l'effetto principale della manipolazione risulta non significativo ( $\beta = -.243$ ;  $Z = -1.214$ ). Allo stesso modo, l'effetto dell'ansia per l'intervista risulta non significativo ( $\beta = -.002$ ;  $Z = -.031$ ). Per quanto riguarda l'effetto della moderazione, questo risulta essere significativo ( $\beta = .168$ ;  $Z = 1.997$ ). Questo effetto implica che la relazione tra l'ansia per l'intervista e la scala della "creazione di immagini estese" cambi in funzione del gruppo di assegnazione, ed è moderata in maniera significativa dall'avviso di identificazione. Come si evince dalla Figura 11, all'interno del gruppo sperimentale la relazione tra ansia per l'intervista e la scala della "creazione di immagini estese" è nulla. Questo implica che, a seguito dell'avviso di identificazione,

i livelli di ansia sperimentati dal candidato non implicano l'utilizzo di questo tipo di comportamento finalizzato alla costruzione della propria immagine. Nel grafico sulla destra presente in Figura 11, nella condizione di controllo, è possibile osservare le due condizioni sperimentali messe a confronto tra loro; la linea sottile rappresenta il gruppo sperimentale, l'altra il gruppo di controllo. In assenza di avviso di identificazione, maggiori livelli di ansia comportano minori livelli di ammissione di costruzione della propria immagine. Tale risultato è opposto rispetto a quello osservato da Law et al. (2016) e Powell et al. (2020).

La terza e la quarta analisi sono state svolte rispettivamente sulle scale della “protezione dell'immagine” e del “ingraziamento”.

Figura 12

*Analisi di moderazione tra ansia da prestazione e la scala della protezione dell'immagine all'interno del gruppo sperimentale e di controllo*

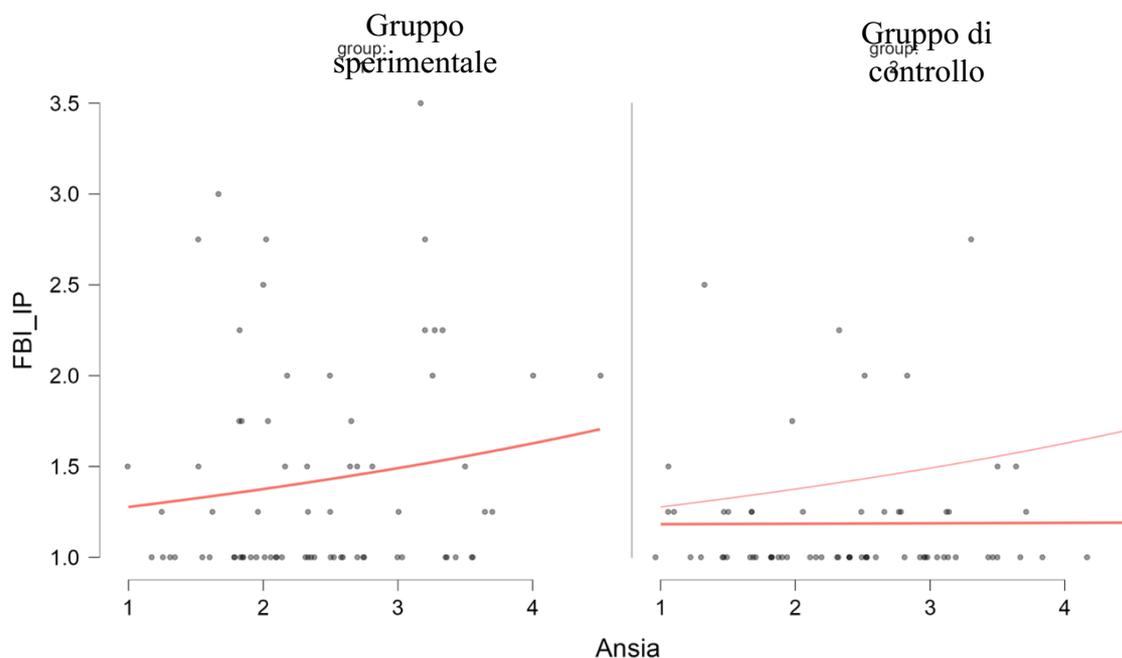
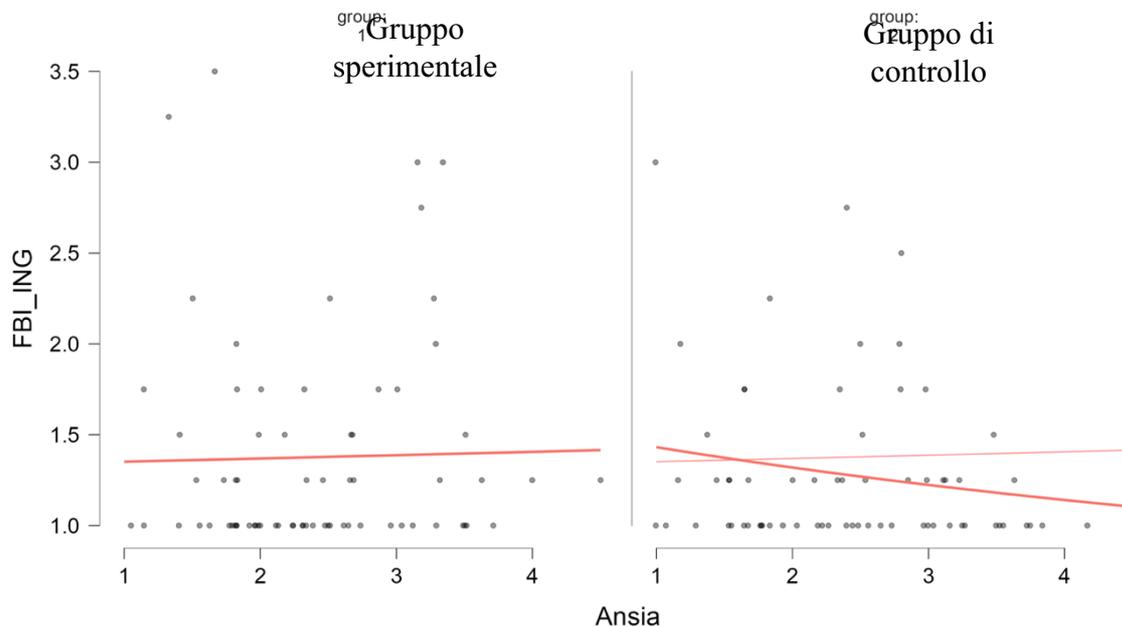


Figura 13

*Analisi di moderazione tra ansia da prestazione e la scala dell'ingraziamento all'interno del gruppo sperimentale e di controllo*



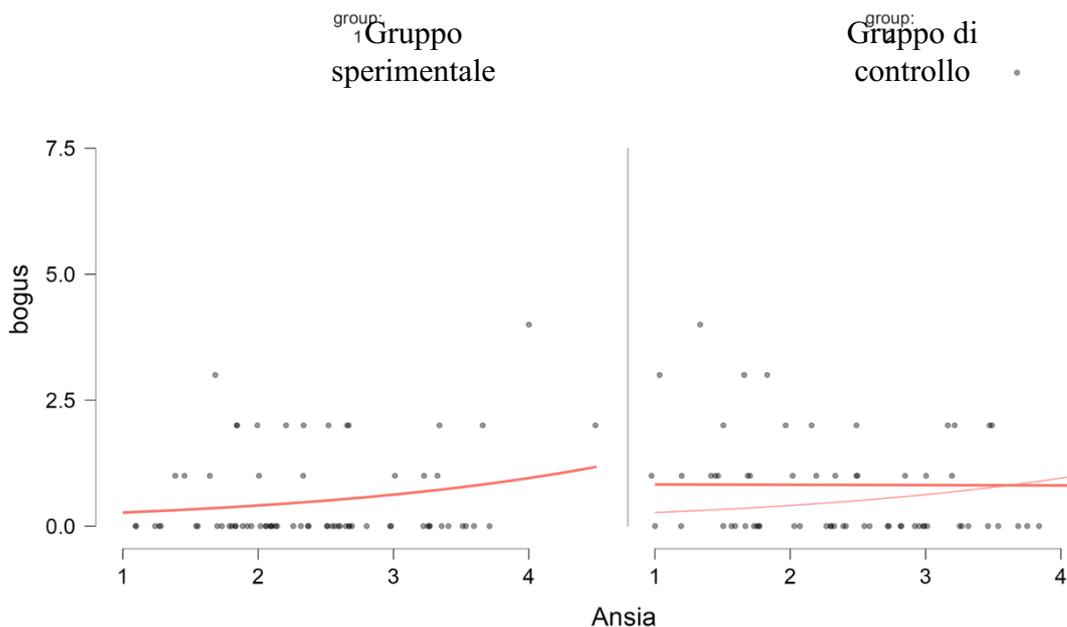
In entrambi i casi, gli effetti sono deboli e non interpretabili. Per quanto riguarda la scala della “protezione dell’immagine”, l’effetto della manipolazione sperimentale non è significativo ( $\beta = .0008$ ;  $Z = .052$ ), come nemmeno quello di interazione tra la variabile moderatrice “gruppo sperimentale di appartenenza” con l’ansia per l’intervista ( $\beta = .054$ ;  $Z = .867$ ). Abbiamo trovato risultati simili per la scala del “ingraziamento”, in cui l’effetto principale della manipolazione non è significativo ( $\beta = -.110$ ;  $Z = -.678$ ), come neanche quello di moderazione ( $\beta = .069$ ;  $Z = 1.053$ ).

In relazione ai risultati ottenuti, l’ipotesi H.2c viene rifiutata a favore dell’ipotesi nulla. L’unico risultato che si muove nella direzione prevista da questa ipotesi corrisponde a quello ottenuto nella scala della “leggera creazione di immagini” che è solo tendenzialmente significativo.

A livello esplorativo, abbiamo svolto un'ulteriore analisi di moderazione categorica, coinvolgendo l'altra variabile dipendente dello studio, quella dei bogus item, utilizzando una distribuzione Poisson e come collegamento la funzione logaritmo. Come variabile moderatrice abbiamo utilizzato il gruppo sperimentale di appartenenza e come variabile indipendente l'ansia per l'intervista. Anche in questo caso, abbiamo stimato un modello lineare generalizzato. Il valore soglia utilizzato per determinare la significatività della manipolazione è  $Z=1,96$ .

Figura 14

*Analisi di moderazione tra ansia da prestazione e i bogus item all'interno del gruppo sperimentale e di controllo.*



I bogus item rappresentano un indice del comportamento oggettivo di falsificazione dei candidati. Anche all'interno di questa analisi è stato testato l'effetto principale della manipolazione determinato dall'avviso di identificazione insieme all'effetto della

moderazione. I risultati suggeriscono che l'effetto principale dato dall'avviso di identificazione è significativo ( $\beta = 1.552$ ;  $Z = 2.136$ ) in quanto il gruppo di controllo è di più. Quindi l'avviso di identificazione riduce il comportamento di falsificazione dei candidati.

Anche l'effetto principale dell'ansia per l'intervista è significativo ( $\beta = .422$ ;  $Z = 2.001$ ), questo implica che una maggiore ansia comporta un maggiore utilizzo della falsificazione. Questo risultato è in linea con gli studi precedenti svolti da Law et al. (2016) e Charbonneau et al. (2018) che hanno trovato associazioni rispettivamente di  $r = .35$  e  $r = .33$  tra le tecniche di gestione ingannevole delle impressioni e l'ansia per l'intervista.

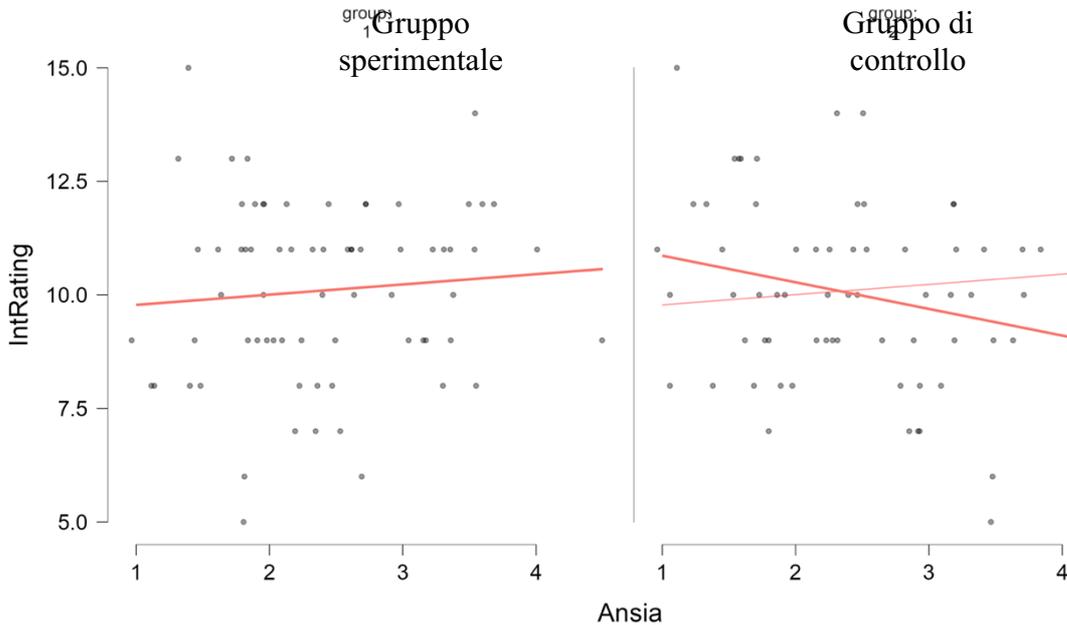
La relazione tra l'ansia e i bogus items testata dall'effetto principale della moderazione è solo tendenzialmente significativo ( $\beta = -.429$ ;  $Z = -1.581$ ). Come si evince dal grafico sulla destra in Figura 14, nel quale la linea sottile rappresenta il gruppo sperimentale e l'altra quello di controllo, sembra che nel gruppo di controllo la relazione tra ansia e falsificazione sia zero mentre nel gruppo sperimentale sia positiva. Se questo risultato fosse confermato da uno studio più ampio, porterebbe a pensare che la relazione positiva tra ansia e falsificazione si osservi solo quando l'individuo teme di essere scoperto.

A questo proposito, è stata svolta un'ulteriore analisi esplorativa per verificare se l'ansia, come da letteratura, comporta una diminuzione dei punteggi all'intervista. Per testare questa ipotesi è stata svolta un'analisi di moderazione categorica utilizzando come variabile moderatrice il gruppo sperimentale di appartenenza e come variabile indipendente l'ansia per intervista. Abbiamo utilizzato come variabile dipendente il punteggio ottenuto all'intervista. Abbiamo stimato un modello lineare generalizzato con

distribuzione normale e collegamento mediante funzione identità. Il valore soglia utilizzato per determinare la significatività della manipolazione è  $Z=1,96$ .

Figura 15

*Analisi di moderazione tra ansia da prestazione e il punteggio all'intervista all'interno del gruppo sperimentale e di controllo*



È stato testato l'effetto di moderazione sui punteggi ottenuti nelle interviste all'interno del gruppo di controllo e sperimentale. L'effetto principale della manipolazione determinato dall'avviso di identificazione ( $\beta = 1.896$ ;  $Z = 1.727$ ), come anche quello di moderazione ( $\beta = -.812$ ;  $Z = -1.867$ ), sono significativi per  $p < .05$ .

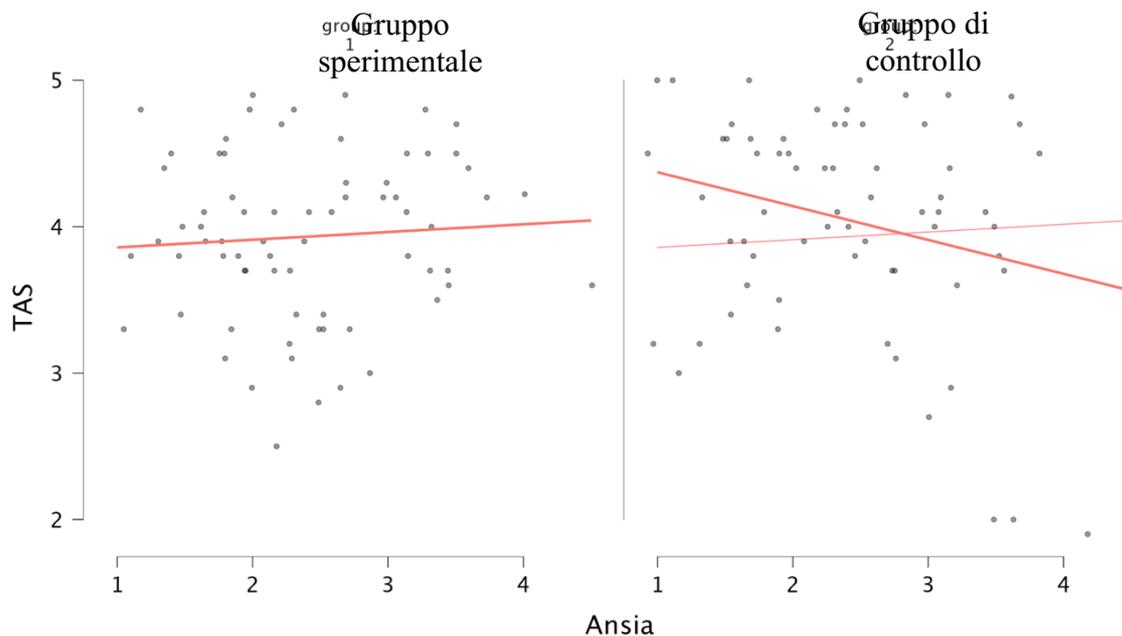
Da quello che osserviamo nel grafico sulla destra in Figura 15, sembra che l'ansia agisca in due modi differenti all'interno dei due gruppi. Nel gruppo di controllo, rappresentato dalla linea più grossa, l'ansia per l'intervista comporta una diminuzione dei punteggi ottenuti. Nella condizione sperimentale, rappresentato dalla linea sottile, sembra che

quando i partecipanti vengono avvisati, una maggiore ansia comporta una migliore performance. Questo suggerisce che l'avviso di identificazione riduce l'effetto negativo dell'ansia permettendo di avere una performance migliore rispetto a coloro che provano ansia, ma non ricevono alcun avviso di identificazione. In questo senso, oltre alla riduzione del comportamento di menzogna, l'avviso di identificazione riduce l'effetto negativo dell'ansia sul punteggio all'intervista.

Abbiamo svolto un'ulteriore analisi esplorativa testando i livelli di motivazione dichiarati dai soggetti all'interno delle due condizioni. È stata testata la possibilità che la relazione tra l'ansia per intervista e la motivazione differiscano all'interno della condizione sperimentale e di controllo. Per testare questa ipotesi è stata svolta un'analisi di moderazione categorica utilizzando come moderatore il gruppo sperimentale di appartenenza e come variabile indipendente l'ansia per intervista. La variabile dipendente considerata è la motivazione. Abbiamo quindi stimato un modello lineare generalizzato con distribuzione normale.

Figura 16

*Analisi di moderazione tra ansia da prestazione e motivazione all'interno del gruppo sperimentale e di controllo*



Allo stesso modo delle precedenti analisi, è stato testato l'effetto principale della manipolazione insieme a quello della moderazione. I risultati stabiliscono che l'effetto principale della manipolazione ( $\beta = .798$ ;  $Z = 2.217$ ) è statisticamente significativo. Allo stesso modo, l'effetto di moderazione è significativo ( $\beta = -.284$ ;  $Z = -1.993$ ), determinando che la relazione tra ansia per l'intervista e la motivazione cambia a seconda del gruppo sperimentale. Com'è possibile osservare in Figura 16, all'interno della condizione sperimentale, a seguito dell'avviso di identificazione, la motivazione dei partecipanti aumenta in funzione dei livelli di ansia pre-intervista. Nella condizione di controllo, la motivazione del candidato diminuisce in funzione dei livelli iniziali di ansia sperimentati dal candidato. Entrambe le condizioni sono messe a confronto tra loro nel

grafico sulla destra in Figura 16, dove la linea sottile rappresenta il gruppo sperimentale mentre quella più grossa il gruppo di controllo. L'effetto positivo dell'avviso di identificazione non si verifica unicamente nella riduzione degli effetti negativi dell'ansia sul punteggio dell'intervista. Una migliore performance è dettata anche dal fatto che, a seguito dell'esposizione all'avviso di identificazione, si verifica un incremento della motivazione nei soggetti che, prima del colloquio, sperimentano maggiore ansia di stato. Nella Tabella 17 è possibile osservare come il punteggio all'intervista e i livelli di motivazione siano correlati positivamente con un valore di  $\rho=.17$  con  $p=.046$ .

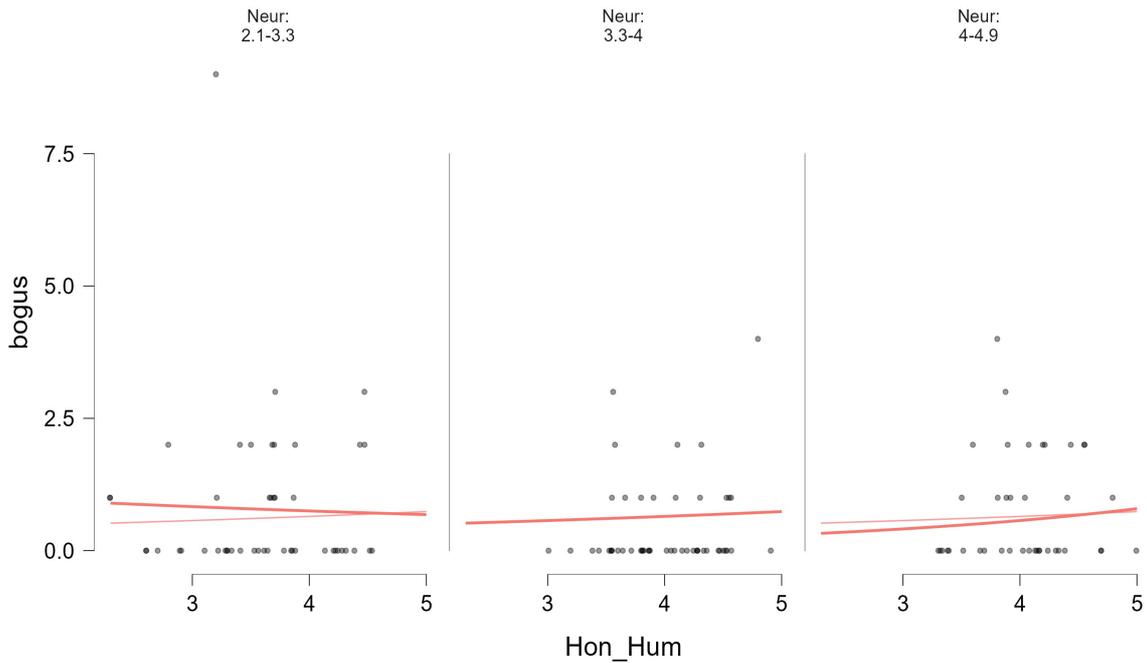
Le ipotesi H.2g (l'ansia da prestazione media la relazione tra l'onestà – umiltà e l'utilizzo di tecniche di gestione ingannevole delle impressioni) e H.2h (l'ansia da prestazione per l'intervista media la relazione tra stabilità emotiva e utilizzo di tecniche di gestione ingannevole delle impressioni) si sono proposte di indagare la possibilità che l'ansia per colloquio possa essere un mediatore tra i tratti della personalità del candidato e l'utilizzo delle tecniche di gestione ingannevole delle impressioni. Questa considerazione è basata sulle teorie ed evidenze empiriche individuate negli studi di Law et al. (2016) Powell et al. (2020), che prevedono che l'ansia per l'intervista e il tratto dell'estroversione siano complici di un differente livello di menzogna. Abbiamo utilizzato un modello di equazioni strutturali per variabili osservate stimato per massima verosimiglianza con stima dell'effetto indiretto e intervalli di confidenza bootstrap. Nonostante l'ipotesi H.2d (esiste una correlazione negativa tra stabilità emotiva e ansia da prestazione) è stata confermata ( $\rho = -.32$ ,  $p<.001$ ), le ipotesi H.2e (esiste una correlazione negativa tra onestà umiltà e ansia da prestazione) e H.2f (esiste una correlazione positiva tra l'ansia da prestazione e le tecniche di gestione ingannevole delle impressioni) non sono state

confermate. Non sono presenti correlazioni significative tra il tratto dell'onestà – umiltà e l'ansia per l'intervista ( $\rho = -.12, p = .174$ ) e tra l'ansia per l'intervista e gestione ingannevole delle impressioni (FBI\_SIC:  $\rho = -.05, p = .510$ ; FBI\_SEC:  $\rho = -.03, p = .701$ ; FBI\_IP:  $\rho = .07, p = .400$ ; FBI\_ING:  $\rho = -.02, p = .754$ ). In relazione a questi risultati, non è stato trovato supporto empirico per l'ipotesi della mediazione, quindi le ipotesi H.2g e H.2h non sono state confermate. Non è stato replicato il risultato dell'articolo di Powell et al. (2020), in cui l'ansia per l'intervista è il mediatore tra i tratti dell'estroversione e dell'onestà – umiltà con i comportamenti di gestione ingannevole delle impressioni. Il problema principale è determinato dal fatto che l'ansia di stato per l'intervista non è correlata a nessuna delle variabili indipendenti dello studio. L'unica associazione significativa individuata all'interno di questo modello è un effetto diretto dell'onestà – umiltà sulla scala del ingratiamento ( $r = -.53, p < .001$ ), che può indicare come maggiori livelli di onestà – umiltà siano in relazione a minori tentativi di ingratiarsi l'intervistatore.

Abbiamo svolto a livello esplorativo un'analisi di moderazione testando la possibilità che la relazione tra nevroticismo e i bogus items sia moderata dal tratto dell'onestà – umiltà. Per testare questa ipotesi abbiamo utilizzato come variabile indipendente la stabilità emotiva, come moderatore l'onestà – umiltà e come variabile dipendente i bogus items. Abbiamo quindi stimato un modello lineare generalizzato con distribuzione Poisson con funzione logaritmo.

Figura 17

*Effetto di interazione tra nevroticismo e onestà – umiltà sulla variabile dipendente dei bogus item*



I risultati dimostrano che gli effetti principali sono assenti, sia per quanto riguarda il nevroticismo ( $\beta = -.68$ ;  $Z = -0,671$ ) che per l'onestà – umiltà ( $\beta = 1.040$ ;  $Z = -.899$ ). Anche il l'interazione tra queste variabili non ha un effetto significativo ( $\beta = .224$ ;  $Z = .759$ ). Queste variabili di personalità non agiscono sulle false identificazioni nella scala con dei bogus items.

### ***3.6 – Discussione***

Il presente studio ha contribuito alla conoscenza sulla falsificazione durante l'intervista di selezione in diversi modi. In primo luogo, abbiamo analizzato la letteratura al fine di identificare una serie di possibili indici comportamentali di falsificazione che potranno essere validati in studi successivi. Abbiamo quindi testato l'effetto di differenti predittori di falsificazione, utilizzando criteri oggettivi (Bogus items; Fan et al., 2012) e self-report (Interview Faking Behavior; Levashina & Campion, 2007) per la misura della variabilità interindividuale nei comportamenti di falsificazione. Inoltre, abbiamo testato l'efficacia di un avviso di identificazione nel ridurre i comportamenti di falsificazione, osservando che l'avviso è efficace nel ridurre i comportamenti oggettivi di falsificazione e nell'aumentare le probabilità che i candidati ammettano di aver adottato comportamenti di falsificazione durante l'intervista. Abbiamo infine studiato gli effetti dell'ansia per l'intervista sul comportamento di falsificazione.

#### ***3.6.1 – Implicazioni teoriche***

##### ***Predittori della falsificazione***

Il primo obiettivo di questo studio era quello di verificare se alcuni aspetti della personalità, come la stabilità emotiva, il machiavellismo, il narcisismo, la psicopatia e l'onestà – umiltà influenzano il comportamento di finzione dei candidati all'interno dei colloqui mediati dalla tecnologia. All'interno di questo studio, i risultati che abbiamo ottenuto non sono sempre in linea con quelli trovati in letteratura.

Il tratto della stabilità emotiva, misurato mediante IPIP BF 50 (Gooldberg, 1992), non è correlato negativamente alle scale dell'Interview Faking Behavior (Levashina & Campion, 2007) e nemmeno con i Bogus items. Questi risultati sono in linea con quelli trovati da Roulin et al. (2017) che avevano osservato per lo più correlazioni negative ma non significative con questo tratto della personalità. Tuttavia, i nostri risultati si discostano da quelli di Bourdage et al. (2018), che avevano osservato correlazioni positive ma non significative per la maggior parte delle scale, esclusa quella dell'ingraziamento, con il quale hanno trovato un'associazione positiva e significativa. La differenza riscontrata in questi risultati può essere determinata dalla natura degli intervistatori; infatti, la condizione sperimentale di Bourdage et al (2018) prevedeva che gli studenti della Business School fossero sottoposti a un colloquio con intervistatori provenienti da grandi organizzazioni. A livello ecologico, è possibile che gli studenti percepissero una maggiore attrattività nei confronti dell'organizzazione che veniva rappresentata dall'intervistatore, comportando un maggiore occorrenza di comportamenti finalizzati alla costruzione della propria immagine, cercando di aumentare il fit persona – organizzazione mediante le tecniche di ingraziamento. Esattamente come Buehl et al. (2017), abbiamo presupposto che individui nevrotici abbiano una visione maggiormente negativa del mondo, tendono a preoccuparsi di cosa gli altri pensano di loro e hanno la tendenza nel proiettare la propria diffidenza sull'intervistatore (Joormann & Gotlib, 2010). Sulla base di questo, abbiamo presupposto che maggiori livelli di nevroticismo comportassero maggiori livelli di gestione ingannevole della propria immagine. Tuttavia, studi empirici condotti sul tratto dell'estroversione (e.g. Powell et al., 2020) sono partiti dalla stessa considerazione, ritenendo che gli introversi si comportino nella stessa maniera, trovando maggiore supporto empirico. Infatti, all'interno del loro studio, Powell

et al. (2020) hanno trovato che l'estroversione agisce sul comportamento di gestione ingannevole della propria immagine mediante l'ansia di stato per l'intervista; elevati livelli di introversione comportano una maggiore ansia per l'intervista e il conseguente utilizzo di tecniche di gestione ingannevole della propria immagine. In funzione di ciò, abbiamo testato la possibilità che l'ansia per l'intervista potesse avere un ruolo di mediatore tra i tratti di personalità come l'onestà – umiltà e la stabilità emotiva e la gestione ingannevole delle impressioni. Partendo da presupposti simili a quelli di Buehl et al. (2017), abbiamo ritenuto possibile che il nevroticismo potesse essere correlato positivamente all'ansia di stato e questa correlata positivamente alle tecniche di gestione ingannevole della propria immagine. Diversamente da Powell et al. (2020) non abbiamo trovato sostegno a questa ipotesi, come nemmeno a quella di moderazione. I risultati differenti ottenuti all'interno di questo studio potrebbero essere determinati dal fatto che Powell et al. (2020) si sono avvalsi non solo della scala per la dimensione dell'ansia per l'intervista, ma anche per le misura riguardanti ulteriori aspetti compresi nello strumento di McCarty et al. (2004) come: l'ansia per la comunicazione, l'ansia per il proprio aspetto fisico, l'ansia sociale e l'ansia comportamentale. Inoltre, a livello procedurale, la misura dell'ansia di stato per l'intervista in tutte le sue dimensioni è stato somministrato a seguito del colloquio di selezione, misurando l'ansia di stato come reazione all'intervista e non come predittore di una maggiore falsificazione, come all'interno di questo studio. Sulla base dei risultati ottenuti, il nevroticismo non può essere considerato un buon predittore dei comportamenti di gestione ingannevole della propria immagine all'interno di un'intervista di selezione. L'associazione tra nevroticismo e falsificazione è maggiormente riscontrabile nei test che misurano gli aspetti non cognitivi dell'individuo (Buehl et al., 2017).

Per quanto riguarda la misura dei tratti sub-clinici inerenti alla dark triad, misurati mediante il Dark Triad Dirty Dozen (Schimmenti et al., 2017), abbiamo scoperto che nessuna di queste scale ha trovato un'associazione statisticamente significativa con i Bogue items, informandoci su come le dimensioni della triade oscura della personalità non abbiano un'associazione con il comportamento oggettivo di falsificazione utilizzato all'interno del nostro studio. Tuttavia, è possibile che le nostre siano sottostime, perché l'attendibilità delle scale era ridotta. Ad esempio, la psicopatia (Dark Triad Dirty Dozen, 2017) ha mostrato una consistenza interna di  $\alpha = .50$ . È inoltre possibile che tali relazioni siano moderate da variabili non considerate in questo studio.

Passando invece alle scale self-report di falsificazione, sono emerse alcune relazioni tra variabili di personalità e falsificazione. Abbiamo trovato associazioni positive e significative con la scala IFB della "creazione di immagini leggere" e dell'"ingraziamento". Per la scala del narcisismo abbiamo trovato correlazioni positive e significative con la scala della "creazioni di immagini leggere", "creazioni di immagini estese" e con quella del "ingraziamento". Maggiori livelli di machiavellismo e narcisismo comportano maggiore costruzione leggera della propria immagine e maggiori tentativi di ingraziarsi l'intervistatore. Se le tendenze ad ingraziarsi l'intervistatore sono comuni ad entrambi, in quanto utilizzano comportamenti focalizzati sull'altro cercando di apparire in maniera più piacevole, fingendo di conformarsi ai valori, alle convinzioni, alle opinioni o agli atteggiamenti dell'intervistatore aumentando il fit tra persona e organizzazione (Levashina & Campion, 2007), l'utilizzo delle tecniche assertive risulta essere differente. In questo studio sembra che i livelli di narcisismo inducano a maggiori tentativi nella costruzione della propria immagine, in misura maggiore rispetto alle persone con inclinazioni machiavelliche o psicopatiche. Rispetto al machiavellico, che falsifica solo

leggermente la verità esagerando le proprie abilità, il narcisista sembra utilizzare una vasta gamma di tecniche assertive, come anche l'ampia creazione di immagini, che implica l'invenzione o il racconto di esperienze vissute da altre persone del quale il soggetto è a conoscenza. In questo senso, da parte del narcisista, vi è un maggiore utilizzo di comportamenti auto focalizzati utili a promuovere le proprie competenze, qualifiche e gli attributi necessari per la posizione lavorativa, aumentando quindi la percezione di aderenza tra la persona e il lavoro (P-J, Bourdage et al., 2018). A livello teorico questo risultato è in linea con le considerazioni formulate da Wai, & Tiliopoulos (2012). Infatti, soggetti con tendenze manipolative considerano gli altri come un mezzo attraverso il quale soddisfare i propri bisogni.

I risultati trovati su questi tratti sono simili a quelli di Roulin et al. (2017), tuttavia si discostano da essi in quanto sulla dimensione del machiavellismo non abbiamo trovato associazioni significative con le scale della "creazione di immagini estese" e della "protezione dell'immagine". Al contrario abbiamo trovato associazioni statisticamente significative con la scala del "ingraziamento", risultato non previsto da Roulin et al. (2017). Per quanto riguarda la dimensione del narcisismo, abbiamo trovato valori statisticamente significativi per la scala del "ingraziamento" ma non per la scala della "protezione dell'immagine". Questi differenti risultati potrebbero essere determinati dalla procedura utilizzata e quindi dalla mancanza di utilizzo di un paradigma preventivo. È possibile che le persone con tendenze machiavelliche, rispetto a quelle con tendenze narcisistiche, che hanno ricevuto l'avviso di identificazione abbiano ritenuto sconveniente inventare o raccontare di esperienze vissute da altre persone del quale sono a conoscenza. In questo senso, è possibile che abbiano provato a manipolare l'intervistatore attraverso tecniche di ingraziamento, quindi comportamenti focalizzati

sugli altri, con l'obiettivo di lusingare l'intervistatore cercando di apparire come simpatici e vicini ai valori aziendali, aumentando il fit tra persona e organizzazione (P-O). La differenza nell'impiego di tecniche assertive come la "creazione di immagini estese" può essere un prodotto della differenza tra machiavellici e narcisisti. I primi manipolano strategicamente gli altri al fine di ottenere un ritorno materiale. Sembra quindi che l'avviso di identificazione abbia portato loro ad agire diversamente, valutando i vantaggi e svantaggi relativi alla costruzione ampia della propria immagine. I secondi invece, manipolano e mentono per soddisfare i loro bisogni di ammirazione, e quindi per alimentare il loro ego. Le esigenze derivanti da queste due differenti inclinazioni di personalità sono differenti. Infatti, in questo studio i narcisisti hanno dimostrato di lavorare sia sul livello del fit persona-lavoro (P-J), sia sul livello del fit tra persona e organizzazione (P-O). Una sottostima dei valori riguardanti la scala della "protezione dell'immagine" potrebbe essere dovuta dal fatto che, durante i colloqui, gli intervistatori raramente hanno sollevato preoccupazioni negative nei confronti di ciò che veniva loro raccontato dai candidati. In generale, i risultati ottenuti sui tratti della triade oscura e della stabilità emotiva ampliano la generalizzabilità dei risultati presenti nella letteratura.

### ***Effetto dell'avviso di identificazione***

Forse il risultato più importante di questa ricerca riguarda l'efficacia dell'avviso di identificazione nella diminuzione del comportamento oggettivo di faking e nell'aumento delle ammissioni di falsificazione ottenute attraverso l'IFB. Questo studio è il primo in letteratura a osservare l'effetto di un avviso di identificazione sulla falsificazione in linea

con Law et al. (2016), abbiamo testato l'efficacia dell'avviso di identificazione anche sulle scale dell'Interview Faking Behavior (Levashina & Campion, 2007). Abbiamo somministrato la scala di gestione ingannevole dell'immagine a seguito dell'intervista di selezione, osservando, diversamente da Law et al. (2016), che l'avviso di identificazione ha causato punteggi maggiori alla IFB, nello specifico alle scale di "leggera creazione di immagini", "ampia creazione di immagini" e "protezione dell'immagine" rispetto al gruppo di controllo. L'unica scala per la quale non abbiamo trovato risultati significativi è quella dell'"ingraziamento". È possibile che ciò sia dovuto al fatto che tale scala raccoglie comportamenti considerati in larga misura accettabili in un contesto di selezione, sia da parte dei candidati che da quella degli intervistatori (Bourdage et al., 2018). Potrebbero quindi non essere stati considerati come problematici e meritevoli di segnalazione da parte dei soggetti con avviso. Oppure, il gruppo di controllo ha risposto con massima sincerità a questa scala. I risultati ottenuti sull'efficacia dell'avviso di identificazione all'interno dei Bogus items e nelle scale dell'Interview Faking Behavior (Levashina & Campion, 2007) possono essere interpretati mediante la teoria del comportamento pianificato. Una diminuzione del comportamento oggettivo di falsificazione e una maggiore ammissione di costruzione della propria immagine possono essere informativi che l'avviso di identificazione agisca a livello delle norme soggettive del candidato, comportando una valutazione sulla convenienza e l'appropriatezza nell'utilizzare comportamenti di falsificazione (Bourdage et al., 2020), incentivando complessivamente a una maggiore onestà. A favore di questa ipotesi, Bill et al. (2020) hanno studiato gli effetti di un avviso di identificazione che aveva lo scopo di verificare, in un momento successivo al colloquio, le referenze fornite dai candidati. Questo tipo di avviso era maggiormente incentrato sulla verifica delle informazioni e non ha prodotto

risultati significativi nella diminuzione della falsificazione. Un motivo potrebbe essere che quel tipo di avviso basato sul dato oggettivo e non sulla norma soggettiva del candidato non abbia influenzato la sua volontà di fingere in un successivo colloquio. A livello teorico sembra che l'utilizzo dell'avviso di identificazione utilizzato all'interno di questo studio, differentemente da Law et al. (2016), abbia comportato effetti inversi, che potrebbero essere dovuti alla natura del campione utilizzato, dalle differenze culturali o è possibile che il comportamento di gestione della propria immagine non sia stato diverso tra i gruppi sperimentali, e che il timore di essere scoperti a seguito dell'avviso di identificazione ha portato i partecipanti nel gruppo sperimentale a riportare tali comportamenti di falsificazione in misura maggiore. Ulteriori studi sono necessari e auspicati per indagare la differenza tra i nostri risultati e quelli osservati da Law et al. (2016).

### ***Effetti di moderazione dell'ansia***

In merito alla relazione tra ansia e falsificazione, Powell et al. (2020) avevano osservato che l'ansia di stato induce i candidati ad usare tecniche di gestione ingannevole della propria immagine. Inoltre, mediante la misura delle reazioni dei candidati, Law et al. (2016) avevano ipotizzato che una maggiore ansia potesse comportare maggiori tentativi di falsificazione. In questo studio abbiamo utilizzato l'ansia di stato come predittore di una maggiore falsificazione, osservando che la relazione tra ansia per l'intervista e la scala della "leggera creazione di immagini" cambia in funzione dell'avviso: quando è presente, la relazione tra ansia per l'intervista e la "leggera creazione di immagini" è leggermente positiva. Nel gruppo di controllo, invece, la relazione è negativa. Quindi, la

percezione soggettiva di poter essere smascherati nei propri tentativi di falsificazione genera una situazione nella quale i soggetti più ansiosi riportano con maggiore probabilità di aver adottato comportamenti di falsificazione leggera. È probabile che questo aumento sia dovuto a maggiore probabilità di ammissione. In altre parole, a seguito dell'avviso di identificazione, maggiori livelli d'ansia per l'intervista portano ad ammettere maggiormente di aver agito comportamenti finalizzati alla costruzione della propria immagine. Al contrario, nel gruppo di controllo, al crescere dei livelli di ansia, diminuiscono le ammissioni riguardanti la costruzione della propria immagine. In funzione dell'avviso di identificazione, i candidati che sperimentano maggiori livelli di ansia prima dell'intervista ammettono in misura maggiore di aver esagerato le proprie abilità nel corso dell'intervista. L'effetto opposto nel gruppo di controllo potrebbe essere determinato dal fatto che non essendo stati informati della possibilità di identificare i loro tentativi di falsificazione e le potenziali conseguenze che possono derivarne dall'impegnarsi in questi comportamenti, i candidati preferiscono non dichiarare le tecniche utilizzate per costruzione della loro immagine. Un effetto analogo è stato osservato per la scala di "Creazione estesa di immagine". A seguito dell'avviso di identificazione, l'ansia per l'intervista aumenta le probabilità che il candidato ammetta di aver costruito la propria immagine come accadeva per la scala di "creazione leggera". L'effetto di moderazione sta nel fatto che nel gruppo di controllo la relazione è fortemente negativa: maggiore è l'ansia, minore è la probabilità di ammettere falsificazione. L'avviso genera quindi un buffer (una protezione), nei tentativi di nascondere comportamenti di pesante falsificazione dovuti all'ansia.

La relazione tra ansia, avviso e falsificazione è stata osservata anche per i comportamenti di falsificazione oggettiva. Quando l'avviso è presente, la relazione è positiva. Quando è

assente, la relazione è nulla. Tale risultato indica che l'avviso è maggiormente efficace nel ridurre la falsificazione in soggetti poco ansiosi. Tale risultato va tuttavia interpretato con grande cautela perché l'effetto è solo tendenzialmente significativo. Ulteriori studi, su campioni più ampi, sono necessari per confermare l'effetto.

### ***Predittori della performance all'intervista***

In merito ai predittori della performance all'intervista, l'unica correlazione degna di nota in questo studio è la motivazione. In letteratura, una delle preoccupazioni maggiori dei ricercatori in questo ambito è che un maggiore livello di gestione ingannevole delle impressioni corrisponda a un punteggio maggiore nell'intervista. Tale relazione è stata osservata da Roth, Klehe & Willhardt (2021), ma non riprodotta nel presente studio. Questi risultati sono in linea con la recente meta-analisi che ha coinvolto 18 articoli (N = 4248; k = 27) condotta da Ho, Powell & Stanley (2021), i quali hanno studiato la relazione tra gestione ingannevole della propria immagine e punteggio all'intervista, trovando un effetto complessivo di  $\rho = .04$ . All'interno di questo studio sono stati indagati vari moderatori categoriali che potevano agire nella relazione tra gestione ingannevole della propria immagine e punteggio all'intervista come: la tattica di gestione ingannevole della propria immagine utilizzata, la fedeltà dell'intervista, il mezzo attraverso il quale è stata svolta l'intervista, la regione di provenienza, la fonte di valutazione, il numero di intervistatori, la qualità del valutatore, il metodo di valutazione e lo stato della pubblicazione. Inoltre, sono stati esaminati alcuni moderatori continui: la percentuale del campione che era di sesso femminile e l'età media dei partecipanti. Nessuno di questi modera la relazione tra gestione ingannevole della propria immagine e punteggio

all'intervista. Tuttavia, i risultati sulla credibilità meta-analitica, che variano da -.09 a .16, suggeriscono l'eventuale presenza di moderatori, che tuttavia non sono ancora stati identificati in letteratura.

All'interno di questo studio abbiamo osservato che l'avviso di identificazione modera la relazione tra ansia e performance all'intervista. L'avviso di identificazione riduce l'effetto negativo dell'ansia sulla performance, permettendo di averne una migliore rispetto a coloro che provano la stessa ansia ma non ricevono alcun avviso di identificazione. In questo senso, oltre alla riduzione del comportamento di menzogna, l'avviso di identificazione riduce il noto effetto negativo dell'ansia sul punteggio all'intervista (Schneider, Powell & Bonaccio, 2019). Questa interpretazione è compatibile con l'osservazione che a seguito dell'avviso di identificazione, la motivazione dei partecipanti aumenta in funzione dei livelli di ansia pre-intervista. Nella condizione di controllo, la motivazione del candidato diminuisce in funzione dei livelli iniziali di ansia sperimentati dal candidato. In sostanza, sembra ragionevole interpretare questi risultati a supporto dell'ipotesi che l'avviso di identificazione aumenti la motivazione del candidato in funzione della sua ansia. La motivazione porterebbe poi a maggiori performance durante l'intervista. Potrebbe accadere che l'avviso di identificazione permetta al candidato di concentrarsi maggiormente sui task richiesti dal compito piuttosto che nell'impressionare l'intervistatore. Tuttavia, è anche possibile che l'aumento del punteggio all'intervista correlato all'ansia del candidato nella condizione in cui si presenta l'avviso sia dovuta ai maggiori tentativi di falsificazione, che nello stesso gruppo abbiamo visto dipendere dallo stato di ansia del candidato.

### ***3.6.2 – Implicazioni pratiche***

I risultati di questo studio forniscono importanti implicazioni per la pratica professionale e di ricerca.

#### ***Predittori della falsificazione***

Gli studi che in letteratura hanno usato come background teorico il modello Big Five non hanno mai trovato dei risultati consistenti (Melchers et al., 2020). A tal proposito, sembra che le misure di personalità inerenti a questo modello non predicano in maniera adeguata la falsificazione all'interno dell'intervista. Tuttavia, è possibile che importanti risultati nella spiegazione del comportamento di falsificazione possano essere ottenuti mediante la misura dell'ansia di stato per l'intervista come reazione del candidato. C'è quindi la possibilità di poter generare dei modelli di mediazione o moderazione in cui i tratti della personalità potrebbero essere coinvolti.

Inoltre, i risultati ottenuti suggeriscono che nella pratica professionale sarebbe auspicabile l'utilizzo di misure riguardanti la dark triad, in modo da poter rilevare quei candidati che, in funzione delle loro tendenze narcisistiche, machiavelliche e/o psicopatiche, potrebbero impegnarsi in maggiori tentativi di costruzione della propria immagine durante un colloquio di selezione o influenzare negativamente il clima organizzativo a seguito dell'assunzione. Tuttavia, la mancanza di indicatori che permettono di rilevare comportamenti di falsificazione in maniera simultanea nel corso dell'intervista potrebbero rendere queste misure inefficienti nell'individuare i comportamenti di costruzione della propria immagine.

### *Effetto dell'avviso di identificazione*

L'avviso di identificazione utilizzato all'interno della procedura online di questo studio si è dimostrato efficace nella riduzione del comportamento oggettivo di falsificazione e nell'aumentare i livelli di sincerità dei candidati che lo hanno ricevuto nelle risposte alle scale dell'Interview Faking Behavior (Levashina & Campion, 2007). I risultati derivanti dal paradigma preventivo da noi utilizzato sono incoraggianti per la pratica professionale. A differenza di quello utilizzato da Landers et al. (2011), il paradigma preventivo non punta alla creazione di avvisi mirati verso i pochi candidati che si impegnano in comportamenti disonesti, ma nei confronti di tutti i partecipanti coinvolti nel processo di selezione. È possibile utilizzare un avviso di identificazione al fine di aumentare la sincerità dei candidati a una posizione lavorativa, sia all'interno di una procedura di selezione online, come osservato in questo studio, sia in una procedura di selezione in presenza, come testato da Law et al. (2016). Per far in modo che abbia l'effetto desiderato, è opportuno che venga formulato nella giusta maniera. L'avviso di identificazione non deve essere basato sulla verifica di un dato oggettivo riferito dal candidato nel corso dell'intervista come in Bill et al. (2020), quanto piuttosto deve far leva sul suo senso di responsabilità e onestà. In questo modo, come sostenuto da Bourdage et al. (2020), l'avviso agisce sulla norma soggettiva del candidato informandolo su quali comportamenti siano adeguati o inadeguati da utilizzare. È quindi opportuno stimolare il candidato a una maggiore trasparenza con un messaggio che evidenzi quanto sia importante, sia per l'organizzazione, sia per il suo eventuale futuro professionale, che le informazioni riferite all'intervistatore siano autentiche e sincere. Da un punto di vista procedurale, è opportuno inserire questo avviso subito dopo la misura dei predittori

riguardanti la job performance e prima di una misura oggettiva di falsificazione e dell'intervista di selezione. Allo stesso modo, l'avviso di identificazione potrebbe essere applicato a seguito di una procedura "test – warning – retest" prima di affrontare un colloquio. A tal proposito, sarebbe opportuno formulare due avvisi differenti, uno che si riferisca ai candidati che hanno provato a falsificare all'interno della compilazione dei test e uno che si riferisca ai soggetti che fin dal principio, sono stati più onesti. Nel primo caso sarebbe opportuno far riferimento all'inadeguatezza dei pattern di risposta utilizzati nella compilazione dei test self-report, oltre che a incitare il candidato a una comunicazione onesta.

È tuttavia possibile, come osservato da Law et al. (2016), che questa procedura possa accrescere l'ansia dei partecipanti a seguito della sua ricezione, è quindi necessario che il messaggio non sia formulato in maniera che non venga percepito come minaccioso.

### ***Effetto di moderazione dell'ansia***

L'avviso di identificazione ha importanti implicazioni per la pratica professionale anche in funzione dei livelli di ansia sperimentati dai candidati prima dell'intervista. Abbiamo osservato l'annullamento del comportamento di creazione di immagini estese nei candidati, anche quelli che prima dell'intervista hanno evidenziato livelli di ansia più elevati; questo tipo di comportamento consiste nell'invenzione o nel racconto di esperienze vissute da altre persone del quale il candidato è a conoscenza, che secondo Bourdage et al. (2020) è uno dei motivi più significativi che compromette il giudizio degli intervistatori. I risultati derivanti dalla moderazione hanno fatto emergere un aspetto importante legato ai self-report che misurano la costruzione della propria immagine. Gli

studi interni alla letteratura interpretano questa misura come un comportamento oggettivo, sul quale successivamente vengono basate le interpretazioni teoriche. Tuttavia, i punteggi su queste scale (e.g. IFB; Levashina & Campion, 2007) risultano essere anch'essi legati alla sincerità dell'individuo e sono pochissimi gli studi che hanno utilizzato una misura oggettiva di falsificazione come i Bogus Items utilizzati all'interno di questo studio. È quindi necessario che le scale self-report vengano utilizzate in associazione a misure più oggettive per determinare la quantità di falsificazione all'interno di queste procedure sperimentali. In relazione a queste considerazioni, è necessario interpretare gli studi precedenti con una maggiore cautela.

### ***Predittori della performance***

A livello pratico, l'utilizzo di un avviso di identificazione ha degli effetti anche sulla performance del candidato. Oltre alla diminuzione delle menzogne, se l'individuo non è troppo ansioso, l'avviso di identificazione è in grado di incrementare la motivazione del candidato aumentando il punteggio all'intervista e quindi la sua performance.

### ***Limiti e ricerche future***

I limiti di questo studio sono differenti. Abbiamo utilizzato un campione inferiore ai 150 soggetti richiesti per la stabilizzazione degli effetti delle moderazioni. Inoltre, a livello della rappresentatività del campione, vi è una sproporzione tra la popolazione femminile e maschile. Alla conclusione della procedura sperimentale, non abbiamo misurato i livelli di giustizia procedurale che ci avrebbero informato su quanto il metodo da noi utilizzato,

e di conseguenza l'avviso di identificazione, sia stato percepito come adeguato dai partecipanti inseriti all'interno del gruppo sperimentale. Inoltre, non abbiamo misurato i livelli di ansia sperimentati a seguito dell'intervista di selezione. Oltre a questi, come spesso succede in letteratura, abbiamo incentrato il nostro studio sulla misura dei comportamenti di falsificazione non prendendo in considerazione le misure inerenti alla gestione onesta delle impressioni. Tuttavia, i risultati ottenuti nell'ambito delle moderazioni suggeriscono importanti implicazioni per la ricerca. È emerso che l'IFB è soggetta ai livelli di sincerità dei candidati, e come detto in precedenza, i punteggi derivanti da questo self-report sono spesso interpretati come dei comportamenti "oggettivi" di falsificazione all'interno della letteratura. È auspicabile che la ricerca in questo ambito si avvalga dell'applicazione di una misura oggettiva di comportamento di falsificazione come i Bogus items, al fine di poter interpretare al meglio i comportamenti dei partecipanti in funzione dei self-report somministrati per la misura della costruzione dell'immagine. In questo modo, i risultati ottenuti all'interno della ricerca potrebbero indirizzare al meglio la pratica professionale.

In generale, se i risultati ottenuti in questo studio fossero replicati, si potrebbe indagare e studiare con maggiore precisione il comportamento di falsificazione e le tecniche utilizzate dai candidati sia all'interno di una procedura simulata, sia all'interno di contesti di selezione reali. Se l'avviso di identificazione comportasse una maggiore sincerità e quindi una maggiore auto segnalazione dei comportamenti di gestione ingannevole delle impressioni, future procedure sperimentali potrebbero avvalersi anche di una misura di gestione onesta della propria immagine abbinate a una misura oggettiva di comportamento come i Bogus Items. In questo modo, si potrebbe studiare con maggiore precisione la prevalenza dei comportamenti onesti e disonesti e le differenze che

intercorrono tra loro. Fino ad oggi, nella letteratura vi è una sottostima degli studi che utilizzano misure oneste, in quanto la gran parte di questi si sono concentrati sullo studio delle loro controparti disoneste.

In questo modo, come nello studio tre di Bill et al. (2020) nel quale è stato riscontrato un effetto debolmente positivo nell'incremento delle intenzioni di gestione onesta della propria immagine, sarebbe opportuno verificare, attraverso l'utilizzo simultaneo di misure oneste e disoneste, se l'avviso di identificazione comporta una diminuzione dei comportamenti ingannevoli incrementando l'autopromozione onesta, protezione onesta dell'immagine e l'ingraziamento onesto, che sono auspicabili sia dall'intervistatore che dalle organizzazioni (Melchers et al., 2020; Jansen, König, Stadelmann & Kleinmann, 2012).

Inoltre, una tendenza che è emersa all'interno del nostro studio è quella che riguarda l'utilizzo di comportamenti di costruzione della propria immagine in soggetti con tendenze machiavelliche e psicopatiche. La ricerca dovrebbe concentrarsi maggiormente sulla triade oscura della personalità. Nello specifico, un contributo originale alla letteratura sull'argomento potrebbe essere fornito mediante lo studio della moderazione di psicopatia e machiavellismo sui comportamenti di costruzione della propria immagine in relazione a un avviso di identificazione. All'interno della nostra condizione sperimentale è emerso come i machiavellici abbiano segnalato i comportamenti di falsificazione utilizzati nel corso dell'intervista, probabilmente per convenienza, dimostrandosi sinceri e onesti. Tuttavia, la stessa tendenza non l'abbiamo riscontrata nelle persone con tendenze psicopatiche. Le relazioni trovate con l'IFB sono tutte non significative e sembra che non ammettano mai di provare a manipolare l'intervistatore e di utilizzare le tecniche assertive.

### ***3.7 – Conclusioni***

La funzione strategica della selezione del personale rappresenta un tentativo di identificare conoscenze, competenza, abilità e altre caratteristiche all'interno di un pool di candidati, permettendo di fare delle inferenze accurate sui possibili comportamenti, performance o risultati lavorativi attesi in modo da selezionare il migliore tra i candidati ad una posizione lavorativa (Schmitt, 2015).

L'efficacia di una selezione del personale è determinata sulla base di differenti caratteristiche, tra queste la validità predittiva rappresenta la proprietà più importante di un metodo di valutazione del personale, in quanto permette di fare delle previsioni sul futuro comportamento lavorativo dei candidati coinvolti in un processo di selezione del personale. A tal proposito, maggiori coefficienti di validità predittiva sono direttamente associati a una maggiore utilità, produttività e apprendimento delle competenze legate al lavoro (Schmidt & Hunter, 1998). Fra gli strumenti e le metodologie che possono essere utilizzati da parte delle organizzazioni per identificare i migliori candidati a una posizione lavorativa, la procedura più popolare è rappresentata dall'intervista di selezione. Questo strumento, se utilizzato propriamente, ha un'ottima validità predittiva. Un possibile limite alla validità dell'intervista è rappresentato dai tentativi di falsificazione. Infatti, questo obiettivo potrebbe essere compromesso da chi utilizza una gestione ingannevole della propria immagine, introducendo una quota di errore che potrebbe ridurre la validità della selezione (Law et al., 2016). L'utilizzo della finzione all'interno di un colloquio di lavoro è correlato, oltre a prestazioni lavorative più scadenti, a un peggior clima di fiducia sul posto di lavoro e una minore soddisfazione lavorativa (Schneider, Powell, & Roulin, 2015; Ho, Powell & Stanley, 2021), oltre ad aumentare i costi legati alla gestione del

personale (American Management Association, 2008). Esiste tuttavia pochissima letteratura sulla falsificazione durante l'intervista di selezione, e ancora meno sulle modalità più adatte per ridurre la frequenza e l'impatto. Sono diversi gli studi, anche di stampo meta-analitico, che si sono impegnati a studiare quelli che potrebbero essere degli indicatori verbali e non verbali di menzogna affidabili da poter utilizzare in differenti contesti, tra cui quelli della selezione del personale. I risultati ottenuti sono sempre stati deboli e non condivisi in maniera unanime dagli esperti di questo settore. In funzione del poco accordo e della mancanza di indici validi e attendibili che siano in grado di fornire informazioni spendibili nell'individuazione simultanea dei tentativi di inganno e della gestione ingannevole delle impressioni, alcuni autori si sono mossi in una direzione differente. Nonostante la prevalenza del fenomeno sia maggiore in campioni di studenti piuttosto che tra i candidati a una reale posizione lavorativa, è possibile che anche piccole quantità di gestioni ingannevole della propria immagine possano avere delle conseguenze sulle prestazioni generali dell'organizzazione, che aumentano in funzione del livello di qualifica e della posizione occupata dal candidato assunto (Ho, Powell & Stanley, 2021). In relazione alla compilazione dei test di personalità, la procedura "test – warning – retest" si è rilevata valida nella riduzione dei tentativi di falsificazione, risultato confermato anche dagli studi svolti da Fan et al. (2012). Il presente studio ne estende la validità alle interviste di selezione, dimostrando che la strategia più adatta per controllare la falsificazione durante l'intervista di selezione è una strategia di prevenzione (Dwight & Donovan, 2003), che punta a intervenire su tutti i candidati coinvolti nel processo di selezione (e.g. Law et al., 2016). In linea con questa necessità, le procedure di avviso sembrano agire sulle componenti della volontà e delle capacità, comprese nel modello di Levashina & Campion (2007) sulla gestione ingannevole delle impressioni. Il nostro

studio, tuttavia, suggerisce che l'effetto dell'avviso sul self-report suggerisce una grande cautela nell'utilizzare il self-report per misurare la falsificazione, perché influenzato anch'esso dalla sincerità del candidato. Questo risultato suggerisce di rivedere criticamente tutti i risultati precedenti e potrebbe anche spiegare l'ambivalenza dei precedenti risultati che è stata messa in luce da varie meta-analisi.

## Bibliografia

Akehurst, L., Köhnken, G., Vrij, A., & Bull, R. (1996). Lay persons' and police officers' beliefs regarding deceptive behaviour. *Applied Cognitive Psychology, 10*(6), 461-471.

Amaral, A. A., Powell, D. M., & Ho, J. L. (2019). Why does impression management positively influence interview ratings? The mediating role of competence and warmth. *International Journal of Selection and Assessment, 27*(4), 315-327.

Anderson, D. E., DePaulo, B. M., & Ansfield, M. E. (2002). The development of deception detection skill: A longitudinal study of same-sex friends. *Personality and Social Psychology Bulletin, 28*, 536–545.

Andrew J. Vinchur & Laura L. Koppers Bryan (2004). *The Oxford Handbook of Personnel Assessment and Selection*. Oxford University Press.

Ashton, M. C., & Lee, K. (2007). Empirical, theoretical, and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and social psychology review, 11*(2), 150-166.

Bamberger, P., & Phillips, B. (1991). Organizational environment and business strategy: Parallel versus conflicting influences on human resource strategy in the pharmaceutical industry. *Human Resource Management, 30*(2), 153-182.

Bangerter, A., Roulin, N., & König, C. J. (2012). Personnel selection as a signaling game. *Journal of Applied Psychology, 97*(4), 719.

Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel psychology, 44*(1), 1-26.

Barrick, M. R., Shaffer, J. A., & DeGrassi, S. W. (2009). What you see may not be what you get: Relationships among self-presentation tactics and ratings of interview and job performance. *Journal of Applied Psychology, 94*, 1394–1411. <https://doi.org/10.1037/a0016532>

Bill, B., Melchers, K. G., Buehl, A. K., & Wank, S. (2020). An investigation of situational and dispositional antecedents of faking intentions in selection interviews. *Frontiers in psychology, 2034*.

Bingham, W. V., & Freyd, M. (1926). Procedures in employment psychology.

Blackman, M. (2017). Using interviewing in selection. *Pulakos, J. Passmore, & C. Semedo (Eds.), The Wiley Blackwell Handbook of the Psychology of Recruitment, Selection and Employee Retention*, 182-201.

Bogaard, G., & Meijer, E. H. (2018). Self-reported beliefs about verbal cues correlate with deception-detection performance. *Applied Cognitive Psychology, 32*(1), 129-137.

Bond, C. F., Levine, T. R., & Hartwig, M. (2015). New findings in nonverbal lie detection. *Deception detection: Current challenges and new directions*, 37-58.

Bond Jr, C. F., & DePaulo, B. M. (2006). Accuracy of deception judgments. *Personality and social psychology Review*, 10(3), 214-234.

Bourdage, J. S., Schmidt, J., Wiltshire, J., Nguyen, B., & Lee, C. (2020). Personality, interview faking, and the mediating role of attitudes, norms, and perceived behavioral control. *International Journal of Selection and Assessment*, 28(2), 163-175.

Bourdage, J. S., Roulin, N., & Levashina, J. (2017). Editorial: Impression management and faking in job interviews. *Frontiers in Psychology*, 8(1294), 1-4. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01294>

Bourdage, J. S., Roulin, N., & Tarraf, R. (2018). "I (might be) just that good": Honest and deceptive impression management in employment interviews. *Personnel Psychology*, 71, 597-632. <https://doi.org/10.1111/peps.12285>

Brannick, M. T., Cadle, A., & Levine, E. L. (2012). Job analysis for knowledge, skills, abilities, and other characteristics, predictor measures, and performance outcomes. *The Oxford handbook of personnel assessment and selection*, 119-146.

Bray, D. W., Campbell, R. J., & Grant, D. L. (1974). *Formative years in business: A long-term AT&T study of managerial lives*. Wiley-Interscience.

Breuer, M. M., Sporer, S. L., & Reinhard, M. A. (2005). Subjektive indikatoren von täuschung. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 36(4), 189-201.

Brogden, H. E. (1946). On the interpretation of the correlation coefficient as a measure of predictive efficiency. *Journal of educational psychology*, 37(2), 65.

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.

Buehl, A.-K., & Melchers, K. G. (2018). Do attractiveness and competition influence faking intentions in selection interviews? *Journal of Personnel Psychology*, 17, 204–208. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000208>

Buehl, A.-K., Melchers, K. G., 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>

Buller, D. B., & Burgoon, J. K. (1996). Interpersonal deception theory. *Communication Theory*, 6, 203–242.

Campbell, J. P. (2007). Profiting from history. In L. L. Koppes (Ed.), *Historical perspectives in industrial and organizational psychology* (pp. 441–457). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Campion, M. A., Fink, A. A., Ruggeberg, B. J., Carr, L., Phillips, G. M., & Odman, R. B. (2011). Doing competencies well: Best practices in competency modeling. *Personnel psychology, 64*(1), 225-262.

Cascio, W. F. (1991). *Costing human resources* (Vol. 21). Cincinnati, OH: South-Western Educational Publishing.

Charbonneau, B., & Powell, D. M. (2018). Interview anxiety: Impact of interview strategies on interviewees' anxiety. Poster presented at the 29th International Congress of Applied Psychology, Montreal, Canada, June, 2018.

Chuang, A. (2001). *The perceived importance of person-job fit and person-organization fit between and within interview stages*. University of Minnesota.

Cole, M. S., Feild, H. S., Giles, W. F., & Harris, S. G. (2004). Job type and recruiters' inferences of applicant personality drawn from resume biodata: Their relationships with hiring recommendations. *International Journal of Selection and Assessment, 12*(4), 363-367.

Colwell, K., Hiscock-Anisman, C. K., Memon, A., Taylor, L., & Prewett, J. (2007). Assessment criteria indicative of deception (ACID): An integrated system of investigative interviewing and detecting deception. *Journal of Investigative Psychology and Offender Profiling, 4*(3), 167-180.

Colwell, L. H., Miller, H. A., Miller, R. S., & Lyons, Jr, P. M. (2006). US police officers' knowledge regarding behaviors indicative of deception: Implications for eradicating erroneous beliefs through training. *Psychology, Crime & Law*, 12(5), 489-503.

Conway, J. M., Jako, R. A., & Goodman, D. F. (1995). A meta-analysis of interrater and internal consistency reliability of selection interviews. *Journal of applied psychology*, 80(5), 565.

Cook, M. (2009). Personnel Selection: Adding value through.

Cortina, J. M., Goldstein, N. B., Payne, S. C., Davison, H. K., & Gilliland, S. W. (2000). The incremental validity of interview scores over and above cognitive ability and conscientiousness scores. *Personnel Psychology*, 53(2), 325-351.

DePaulo, B. M. (1992). Nonverbal behavior and self-presentation. *Psychological Bulletin*, 111, 203–243.

DePaulo, B. M., Lindsay, J. J., Malone, B. E., Muhlenbruck, L., Charlton, K., & Cooper, H. (2003). Cues to deception. *Psychological Bulletin*, 129, 74–118.

DePaulo, B. M., Charlton, K., Cooper, H., Lindsay, J. J., & Muhlenbruck, L. (1997). The accuracy-confidence correlation in the detection of deception. *Personality and Social Psychology Review*, 1(4), 346-357.

Dierdorff, E. C., & Wilson, M. A. (2003). A meta-analysis of job analysis reliability. *Journal of Applied Psychology, 88*(4), 635.

Donovan, J. J., Dwight, S. A., & Schneider, D. (2014). The impact of applicant faking on selection measures, hiring decisions, and employee performance. *Journal of Business and Psychology, 29*, 479–493.

Duckitt, J., Wagner, C., Du Plessis, I., & Birum, I. (2002). The psychological bases of ideology and prejudice: testing a dual process model. *Journal of personality and social psychology, 83*(1), 75.

Dwight, S. A., and Donovan, J. J. (2003). Do warnings not to fake reduce faking? *Hum. Perform. 16*, 1–23. doi: 10.1207/S15327043HUP1601\_1

Fan, J., Gao, D., Carroll, S. A., Lopez, F. J., Tian, T. S., & Meng, H. (2012). Testing the efficacy of a new procedure for reducing faking on personality tests within selection contexts. *Journal of Applied Psychology, 97*(4), 866.

Fell, C. B., König, C. J., & Kammerhoff, J. (2016). Cross-cultural differences in the attitude toward applicants' faking in job interviews. *Journal of Business and Psychology, 31*, 65–85. <https://doi.org/10.1007/s10869-015-9407-8>

Ferguson, L. W. (1962). *The heritage of industrial psychology* (No. 1-12). Finlay Press.

Flanagan, J. C. (1954). The critical incident technique. *Psychological bulletin*, 51(4), 327.

Forrest, J. A., Feldman, R. S., & Tyler, J. M. (2004). When accurate beliefs lead to better lie detection. *Journal of Applied Social Psychology*, 34, 764–780.

Frank, R. H. (2008). *Microeconomics and behavior*. New York, NY: McGraw-Hill.

Garcia, S. M., Tor, A., & Schiff, T. M. (2013). The psychology of competition: A social comparison perspective. *Perspectives on Psychological Science*, 8, 634–650.  
<https://doi.org/10.1177/17456921613504114>

Global Deception Research Team. (2006). World of lies. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37, 60–74

Granhag, P. A., Andersson, L. O., Strömwall, L. A., & Hartwig, M. (2004). Imprisoned knowledge: Criminals' beliefs about deception. *Legal and Criminological Psychology*, 9(1), 103-119.

Guion, R. M. (1976). Recruiting, selection, and job placement. *Handbook of industrial and organizational psychology*, 777-828.

Hale, M. (1992). History of employment testing. In A. Wigdor & W. R. Garner (Eds.), *Ability testing: Uses, consequences, and controversies* (pp. 3–38). Washington, DC: National Academy Press.

Hartwig, M., & Bond, C. F. (2011). Why do lie-catchers fail? A lens model meta-analysis of human lie judgments. *Psychological Bulletin*, 137, 643–659.

Hoffman, B. J., Blair, C. A., Meriac, J. P., & Woehr, D. J. (2007). Expanding the criterion domain? A quantitative review of the OCB literature. *Journal of Applied psychology*, 92(2), 555.

Ho, J. L., Powell, D. M., Barclay, P., & Gill, H. (2019). The influence of competition on motivation to fake in employment interviews. *Journal of Personnel Psychology*.

Ho, J. L., Powell, D. M., & Stanley, D. J. (2021). The relation between deceptive impression management and employment interview ratings: A meta-analysis. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 53(2), 164.

Hough, L. M., Eaton, N. K., Dunnette, M. D., Kamp, J. D., & McCloy, R. A. (1990). Criterion-related validities of personality constructs and the effect of response distortion on those validities. *Journal of applied psychology*, 75(5), 581.

Hu, J., & Connelly, B. S. (2021). Faking by actual applicants on personality tests: A meta-analysis of within-subjects studies. *International Journal of Selection and Assessment*, 29(3-4), 412-426.

Hudson CA, Vrij A, Akehurst L, Hope L, Satchell LP. (2020). Veracity is in the eye of the beholder: A lens model examination of consistency and deception. *Appl Cognit Psychol.* 2020; 34: 996–1004.

Huffcutt, A. I., & Arthur, W. (1994). Hunter and Hunter (1984) revisited: Interview validity for entry-level jobs.

Huffcutt, A. I., Conway, J. M., Roth, P. L., & Klehe, U. C. (2004). The impact of job complexity and study design on situational and behavior description interview validity. *International Journal of Selection and Assessment*, 12(3), 262-273.

Huffcutt, A. I., Conway, J. M., Roth, P. L., & Stone, N. J. (2001). Identification and meta-analytic assessment of psychological constructs measured in employment interviews. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 897.

Hunter, J. E., Schmidt F. L., & Jackson, G. B. (1982). *Meta- analysis: Cumulating research finding across studies*. Beverly Hills, CA: Sage.

Hunter, J. E., Schmidt, F. L., & Judiesch, M. K. (1990). Individual differences in output variability as a function of job complexity. *Journal of applied psychology*, 75(1), 28.

Hurley, C. M., Griffin, D. J., & Stefanone, M. A. (2014). Who told you that? Uncovering the source of believed cues to deception. *International Journal of Psychological Studies*, 6(1), 19.

Janz, T. (1989). The patterned behavior description interview: The best prophet of the future is the past.

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.

Joormann, J., & Gotlib, I. H. (2010). Emotion regulation in depression: Relation to cognitive inhibition. *Cognition and Emotion, 24*(2), 281-298.

Judge, T. A., & Ferris, G. R. (1992). The Elusive Criterion of Fit in Human Resources Staffing Decisions. *Human Resource Planning, 15*(4).

Kammeyer-Mueller, J. D. (2015). Personnel Selection. *The Encyclopedia of Adulthood and Aging*, 1-5.

Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The social psychology of organizations* (Vol. 2, p. 528). New York: Wiley.

Katzell, R. A., & Austin, J. T. (1992). From then to now: The development of industrial-organizational psychology in the United States. *Journal of Applied Psychology, 77*(6), 803.

König, C. J., Wong, J., & Cen, G. (2012). How Much do Chinese Applicants Fake?. *International Journal of Selection and Assessment*, 20(2), 247-250.

Lakhani, M., & Taylor, R. (2003). Beliefs about the cues to deception in high-and low-stake situations. *Psychology, Crime and Law*, 9(4), 357-368.

Landers, R. N., Sackett, P. R., & Tuzinski, K. A. (2011). Retesting after initial failure, coaching rumors, and warnings against faking in online personality measures for selection. *Journal of Applied Psychology*, 96, 202–210. doi:10.1037/a0020375

Latham, G. P. (1989). The reliability, validity, and practicality of the situational interview.

Latham, G. P., Saari, L. M., Pursell, E. D., & Campion, M. A. (1980). The situational interview. *Journal of Applied Psychology*, 65(4), 422.

Law SJ, Bourdage J and O’Neill TA (2016) To Fake or Not to Fake: Antecedents to Interview Faking, Warning Instructions, and Its Impact on Applicant Reactions. *Front. Psychol.* 7:1771. doi: 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>

Lee, K., and Ashton, M. C. (2004). Psychometric properties of the HEXACO personality inventory. *Multivariate Behav. Res.* 39, 329–358. doi: 10.1207/s15327906mbr3902\_8

Lester, C., Anglim, J., & Fullarton, C. (2015). Individual differences in intention to fake job interviews: Personality, self-monitoring, and the theory of planned behaviour. *Australasian Journal of Organizational Psychology*, 8(e8), 1–11. <https://doi.org/10.1017/orp.2015.7>

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>

Levashina, J., Hartwell, C. J., Morgeson, F. P., & Campion, M. A. (2014). The structured employment interview: Narrative and quantitative review of the research literature. *Personnel Psychology*, 67, 241–293. <https://doi.org/10.1111/peps.12052>

Levashina, J., Morgeson, F. P., & Campion, M. A. (2009). They don't do it often, but they do it well: Exploring the relationship between applicant mental abilities and faking. *International Journal of Selection and Assessment*, 17, 271–281. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2009.00469.x>

Levine, T. R., & Daiku, Y. (2018). How custom agents really detect lies. *Communication Research Reports*, 36(1), 84-92.

Marcus, B. (2009). “Faking” from the applicant's perspective: A theory of self-presentation in personnel selection settings. *International Journal of Selection and Assessment*, 17, 417–430. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2009.00483.X>

McCarthy, J., & Goffin, R. (2004). Measuring job interview anxiety: Beyond weak knees and sweaty palms. *Personnel Psychology*, 57(3), 607-637.

McFarland, L. A., & Ryan, A. M. (2000). Variance in faking across noncognitive measures. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 812.

Melchers, K. G., Roulin, N., & Buehl, A. K. (2020). A review of applicant faking in selection interviews. *International Journal of Selection and Assessment*, 28(2), 123-142.

Morgeson, F. P., Campion, M. A., Dipboye, R. L., Hollenbeck, J. R., Murphy, K., & Schmitt, N. (2007). Reconsidering the use of personality tests in personnel selection contexts. *Personnel psychology*, 60(3), 683-729.

Nelder, J. A., & Wedderburn, R. W. (1972). Generalized linear models. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (General)*, 135(3), 370-384.

Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, b., & Wright, P. (2010). *Gestione delle risorse umane*. Hogrefe.

Newby, J., Pitura, V. A., Penney, A. M., Klein, R. G., Flett, G. L., & Hewitt, P. L. (2017). Neuroticism and perfectionism as predictors of social anxiety. *Personality and Individual Differences, 106*, 263-267.

Ones, D. S., Viswesvaran, C., & Schmidt, F. L. (1993). Comprehensive meta-analysis of integrity test validities: Findings and implications for personnel selection and theories of job performance. *Journal of applied psychology, 78*(4), 679.

Peterson, M. H., Griffith, R. L., Isaacson, J. A., O'Connell, M. S., & Mangos, P. M. (2011). Applicant faking, social desirability, and the prediction of counterproductive work behaviors. *Human Performance, 24*, 270– 290.  
<https://doi.org/10.1080/08959285.2011.580808>

Peterson, N. G., Mumford, M. D., Borman, W. C., Jeanneret, P., & Fleishman, E. A. (1999). *An occupational information system for the 21st century: The development of O\*NET*. American Psychological Association.

Porter, L. W., Lawler, E. E., & Hackman, J. R. (1975). *Behavior in organizations*.

Powell, D. M., Bourdage, J. S., & Bonaccio, S. (2020). Shake and Fake: the Role of Interview Anxiety in Deceptive Impression Management. *Journal of Business and Psychology, 1-12*.

Roulin, N., Bangerter, A., & Levashina, J. (2014). Interviewers' perceptions of impression management in employment interviews. *Journal of Managerial Psychology*, *29*, 141–163. <https://doi.org/10.1108/JMP-10-2012-0295>

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. (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), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00029>

Roulin, N., & Krings, F. (2016). When winning is everything: The relationship between competitive worldviews and job applicant faking. *Applied Psychology: An International Review*, *65*, 643–670. <https://doi.org/10.1111/apps.12072>

Roulin, N., Krings, F., & Binggeli, S. (2016). A dynamic model of applicant faking. *Organizational Psychology Review*, *6*, 145–170. <https://doi.org/10.1177/2041386615580875>

Sackett, P. R., & Lievens, F. (2008). Personnel selection. *Annu. Rev. Psychol.*, *59*, 419–450.

Salgado, J. F. (2001). Some landmarks of 100 years of scientific personnel selection at the beginning of the new century. *International Journal of Selection and Assessment*, 9(1-2), 3-8.

Salgado, J. F. (2016). A theoretical model of psychometric effects of faking on assessment procedures: Empirical findings and implications for personality at work. *International Journal of Selection and Assessment*, 24, 209–228. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12142>

Salgado, J. F., Anderson, N. R., & Hülshager, U. R. (2010). Employee selection in Europe: Psychotechnics and the forgotten history of modern scientific employee selection.

Salgado, J. F., & Moscoso, S. (2002). Comprehensive meta-analysis of the construct validity of the employment interview. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11, 299–324. 10.1080/13594320244000184.

Schlenker, B. R., & Leary, M. R. (1982). Social anxiety and self-presentation: A conceptualization model. *Psychological bulletin*, 92(3), 641.

Schmidt, M. W. (1992). Amphibole composition in tonalite as a function of pressure: an experimental calibration of the Al-in-hornblende barometer. *Contributions to mineralogy and petrology*, 110(2-3), 304-310.

Schmitt, N. (2015). Personnel Selection. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1–5.  
doi:10.1002/9781118785317.weom050103

Schmitt, N., Gooding, R. Z., Noe, R. A., & Kirsch, M. (1984). Metaanalyses of validity studies published between 1964 and 1982 and the investigation of study characteristics. *personnel psychology*, 37(3), 407-422.

Schmidt, F. L., & Hunter, J. E. (1977). Development of a general solution to the problem of validity generalization. *Journal of Applied Psychology*, 62(5), 529.

Schmidt, F. L., & Hunter, J. E. (1998). The validity and utility of selection methods in personnel psychology: Practical and theoretical implications of 85 years of research findings. *Psychological bulletin*, 124(2), 262.

Schmidt, F. L., Hunter, J. E., McKenzie, R. C., & Muldrow, T. W. (1979). Impact of valid selection procedures on work-force productivity. *Journal of Applied Psychology*, 64(6), 609.

Schneider, L., Powell, D. M., & Bonaccio, S. (2019). Does interview anxiety predict job performance and does it influence the predictive validity of interviews? *International Journal of Selection and Assessment*, 27(4), 328-336.

Schneider, L., Powell, D. M., & Roulin, N. (2015). Cues to deception in the employment interview. *International Journal of Selection and Assessment*, 23(2), 182-190.

Scott, W. D. (1920). Changes in some of our conceptions and practices of personnel. *Psychological Review*, 27(2), 81.

Stevens, C. K. (1998). ANTECEDENTS OF INTERVIEW INTERACTIONS, INTERVIEWERS'RATINGS, AND APPLICANTS'REACTIONS. *Personnel Psychology*, 51(1), 55-85.

Sporer, S. L., & Schwandt, B. (2007). Moderators of nonverbal indicators of deception: A meta-analytic synthesis. *Psychology, Public Policy, and Law*, 13(1), 1.

Strömwall, L., & Granhag, P. A. (2003). How to detect deception? Arresting the beliefs of police officers, prosecutors and judges. *Psychology, Crime and Law*, 9(1), 19-36.

Taylor, P. J., & Small, B. (2002). Asking applicants what they would do versus what they did do: A meta-analytic comparison of situational and past behaviour employment interview questions. *Journal of occupational and organizational psychology*, 75(3), 277-294.

Terpstra, D. E., & Rozell, E. J. (1993). The relationship of staffing practices to organizational level measures of performance. *Personnel psychology*, 46(1), 27-48.

Tett, R. P., Jackson, D. N., & Rothstein, M. (1991). Personality measures as predictors of job performance: A meta-analytic review. *Personnel psychology*, 44(4), 703-742.

Tiffin, J. (1943). *Industrial psychology* New York Prentice-Hall.

Van der Zee, K., Bakker, A., & Bakker, P. (2002). Why are structured interviews so rarely used in personnel selection? *Journal of Applied Psychology, 87*, 176–184. doi: 10.1037/0021-9010.87.1.176.

Van Iddekinge, C. H., Raymark, P. H., & Roth, P. L. (2005). Assessing personality with a structured employment interview: Construct-related validity and susceptibility to response inflation. *Journal of Applied Psychology, 90*, 536–552. doi: 10.1037/0021-9010.90.3.536.

Verigin, B. L., Meijer, E. H., Vrij, A., & Zauzig, L. (2020). The interaction of truthful and deceptive information. *Psychology, Crime & Law, 26*(4), 367-383.

Voskuijl, O. F., & van Sliedregt, T. (2002). Determinants of interrater reliability of job analysis: A meta-analysis. *European Journal of Psychological Assessment, 18*(1), 52.

Vrij, A. (2000). *Detecting lies and deceit: The psychology of lying and its implications for professional practice*. Chichester, UK: Wiley.

Vrij, A., Akehurst, L., & Knight, S. (2006). Police officers', social workers', teachers' and the general public's beliefs about deception in children, adolescents and adults. *Legal and Criminological Psychology, 11*(2), 297-312.

Vrij, A., Akehurst, L., Soukara, S., & Bull, R. (2004). Detecting deceit via analyses of verbal and nonverbal behavior in children and adults. *Human communication research, 30*(1), 8-41.

Vrij, A., Hartwig, M., & Granhag, P. A. (2019). Reading lies: Nonverbal communication and deception. *Annual review of psychology, 70*, 295-317.

Wai, M., & Tiliopoulos, N. (2012). The affective and cognitive empathic nature of the dark triad of personality. *Personality and Individual Differences, 52*(7), 794-799.

Wegner, D. M. (1994). Ironic processes of mental control. *Psychological review, 101*(1), 34.

Weiss, B., & Feldman, R. S. (2006). Looking good and lying to do it: Deception as an impression management strategy in job interviews. *Journal of Applied Social Psychology, 36*, 1070–1086. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00055.x>

Wiesner, W. H., & Cronshaw, S. F. (1988). A meta-analytic investigation of the impact of interview format and degree of structure on the validity of the employment interview. *Journal of Occupational Psychology, 61*(4), 275-290.

Wright, C., & Wheatcroft, J. M. (2017). Police officers' beliefs about, and use of, cues to deception. *Journal of Investigative Psychology and Offender Profiling, 14*(3), 307-319.

Wright Whelan, C., Wagstaff, G., & Wheatcroft, J. M. (2015). High stakes lies: Police and non-police accuracy in detecting deception. *Psychology, Crime & Law*, *21*(2), 127-138.

Zhou, L. (2005). An empirical investigation of deception behavior in instant messaging. *IEEE transactions on professional communication*, *48*(2), 147-160.

Zuckerman, M., DePaulo, B. M., & Rosenthal, R. (1981). Verbal and nonverbal communication of deception. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 14, pp. 1–59). New York, NY: Academic Press.

## Allegato 1

Indice sintetico contenente le misure di comportamento verbale e non verbale con maggiore riscontro empirico all'interno delle metanalisi di De Paulo et al. (2003), Sporer & Schwandt (2007) e Hartwig & Bond (2011).

<b>Indizio</b>	<b>Descrizione dell'indizio</b>
<b>Discrepanza, ambivalenza (DePaulo et al., 2003)</b>	Il discorso del parlante sembra internamente incoerente o discrepante; le informazioni provenienti da fonti differenti (e.g. faccia vs voce) sembrano contraddittorie; chi parla sembra essere ambivalente
<b>Immediatezza verbale e vocale (DePaulo et al., 2003)</b>	Gli oratori rispondono in modi che sembrano diretti, pertinenti, chiari e personali piuttosto che indiretti, evasivi, irrilevanti, poco chiari
<b>Incertezza verbale e vocale (impressioni) (DePaulo et al., 2003)</b>	Il parlante sembra incerto, insicuro e poco dominante, assertivo ed enfatico; il parlante ha difficoltà a rispondere alle domande
<b>Tensione vocale (DePaulo et al., 2003)</b>	La voce del parlante sembra tesa e poco rilassata; oppure lo stress può essere valutato attraverso i microtremori vocali, o da software specialistici
<b>Coinvolgimento verbale e vocale (DePaulo et al., 2003)</b>	Il parlante descrive esperienze ed eventi in modo personale sembrando vocalmente espressivo e coinvolto
<b>Dettagli (DePaulo et al., 2003)</b>	Grado in cui il messaggio include dettagli come descrizioni di persone, luoghi, azioni, oggetti, eventi e la loro tempistica; grado in cui il messaggio sembra completo, concreto, sorprendente o ricco di dettagli
<b>Ammessa mancanza di memoria (DePaulo et al., 2003)</b>	Il parlante offre una spiegazione dell'incapacità di fornire una descrizione completa
<b>Sorriso genuino (DePaulo et al., 2003)</b>	Movimento dei muscoli intorno all'occhio, dell'orbicolare oculi e dello zigomo maggiore; il soggetto sta provando emozioni positive
<b>Movimenti della mano non pressori (Sporer &amp; Schwandt, 2007)</b>	Movimenti della mano o gesti che non implicano pressione su oggetti o superfici
<b>Movimenti della mano pressori o autoregolatori (Sporer &amp; Schwandt, 2007)</b>	Movimenti della mano che comportano una certa pressione su altre parti del corpo oppure su oggetti, come anche l'utilizzo di oggetti per fare pressioni su parti del corpo o superfici. Gli Autoregolatori sono gesti della mano utilizzati per rilassarsi e consistono, per esempio, nell'accarezzarsi parti del corpo
<b>Nervoso (complessivo) (DePaulo et al., 2003)</b>	Chi parla sembra nervoso e teso; i movimenti del corpo sembrano nervosi

**Amichevole (Hartwig  
e Bond, 2011)**

L'oratore sembra amichevole, simpatico

**Cooperativo  
(complessivamente)  
(DePaulo et al., 2003)**

Il parlante sembra collaborativo, disponibile, positivo e sicuro

---