Zweitveröffentlichung

Röhner, Jessica; Ziegenbalg, Steffi; Strobel, Anja

Der Einfluss von Impression Management, Self-Monitoring und Self-Efficacy auf Fälschungsverhalten im Fragebogen und im Impliziten Assoziationstest (IAT)

Datum der Zweitveröffentlichung: 08.04.2025

Verlagsversion (Version of Record), Konferenzveröffentlichung

Persistenter Identifikator: urn:nbn:de:bvb:473-irb-1074051

Erstveröffentlichung

Röhner, Jessica; Ziegenbalg, Steffi; Strobel, Anja (2018): Der Einfluss von Impression Management, Self-Monitoring und Self-Efficacy auf Fälschungsverhalten im Fragebogen und im Impliziten Assoziationstest (IAT), in: Johannes Hartig und Holger Horz (Hrsg.), Psychologie gestalten : 51. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, Lengerich: Pabst Science Publishers, S. 284.

Rechtehinweis

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht und/oder die Angabe einer Lizenz geschützt. Es steht Ihnen frei, dieses Werk auf jede Art und Weise zu nutzen, die durch die für Sie geltende Gesetzgebung zum Urheberrecht und/oder durch die Lizenz erlaubt ist. Für andere Verwendungszwecke müssen Sie die Erlaubnis der Rechteinhaberinnen und Rechteinhaber einholen.

Für dieses Dokument gilt eine Creative-Commons-Lizenz.

Die Lizenzinformationen sind online verfügbar:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode

Der Einfluss von Impression Management, Self-Monitoring und Self-Efficacy auf Fälschungsverhalten im Fragebogen und im Impliziten Assoziationstest (IAT)

Jessica Röhner, Steffi Ziegenbalg, Anja Strobel

Die Variablen impression management, self-monitoring und self-efficacy werden traditionell mit Fälschungsverhalten in Verbindung gebracht. Empirische Befunde zum Einfluss dieser Variablen auf Fälschung sind jedoch widersprüchlich. Zudem gibt es bisher keinen systematischen Vergleich des Einflusses dieser Variablen auf Fälschungsverhalten im Fragebogen und im IAT. Dieser ist jedoch relevant, da Antwortverhalten gemäß der Zwei-Prozess-Theorien im Fragebogen und im IAT durch verschiedene Prozesse zu Stande kommt. Mit dieser Studie wurde der Einfluss der genannten Variablen auf Fälschungsverhalten im Fragebogen und im IAT am Beispiel Extraversion untersucht, um die Ergebnisse einer Vorstudie zu überprüfen. Dort war impression management positiv assoziiert mit Fälschung im Fragebogen, aber nicht mit Fälschung im IAT. Self-monitoring war weder mit Fälschung im Fragebogen, noch mit Fälschung im IAT assoziiert. Self-efficacy war positiv assoziiert mit Fälschung im IAT, aber nicht mit Fälschung im Fragebogen. In der vorgestellten Hauptstudie wurden 300 Probanden randomisiert einer Kontroll- oder einer von zwei Fälschungsgruppen (Fälschung hoher Werte oder Fälschung niedriger Werte) zugeteilt. In einer ersten Sitzung absolvierten alle Probanden eine Baselinemessung im Fragebogen und im IAT (Testung unter Standardinstruktionen). Zusätzlich wurden sie hinsichtlich impression management, self-monitoring und self-efficacy getestet. In einer zweiten Sitzung wurden die Probanden in den Fälschungsgruppen gebeten, entsprechend eines Personalauswahlszenarios niedrige oder hohe Werte im Fragebogen und im IAT vorzutäuschen. Probanden in der Kontrollgruppe absolvierten beide Verfahren unter den Standardinstruktionen (Messwiederholung). Im Vortrag werden die Ergebnisse der Hauptstudie vorgestellt und die Befunde sowie die praktischen Implikationen diskutiert. Bestätigen sich die Ergebnisse, wäre dies ein Indiz für eine Abhängigkeit des Einflusses dieser Variablen auf Fälschungsverhalten vom zu verfälschenden Messinstrument.