

Character or Acting?

—Moderating Effect of Careerist Orientation on the Relationship between Impression Management and Organizational Citizenship Behavior

Aqian Chen¹, Yuan Xie^{2*}, Xun He³

¹School of Psychology, Shaanxi Normal University, Xi'an Shaanxi

²School of Psychology, Central China Normal University, Wuhan Hubei

³Tarena, Nanjing Jiangsu

Email: 1755860881@qq.com, *xieyuan@mail.ccnu.edu.cn, 765273580@qq.com

Received: Apr. 9th, 2017; accepted: Apr. 27th, 2017; published: Apr. 30th, 2017

Abstract

Aim: To explore whether careerist orientation can moderate the relationship between impression management and organizational citizenship behavior (OCB). **Procedures and methods:** In this study, we collected 557 pieces of data from people who have worked more than six months by online questionnaires and paper questionnaires. Participants anonymously filled out the questionnaires. All the questionnaires had been fully recovered. The recovery rate is 100% and the effective rate is 90.66%. We conducted descriptive analysis and regression analysis by using SPSS 22.0. **Results:** Under the premise of no common method bias, the results showed that: (1) Simple correlation finds that: there is a significant positive correlation between impression management and organizational citizenship behavior ($r = .31, p < .001$); there is a significant positive correlation between impression management and careerist orientation ($r = .44, p < .001$); but the relationship between organizational citizenship behavior and careerist orientation is not significant ($p = .19$). (2) Regression analysis finds that: there is a significant negative correlation between careerist orientation and organizational citizenship behavior ($p < .001$). (3) Regression analysis finds that: careerist orientation indeed moderates the relationship between impression management and organizational citizenship behavior ($F = 10.92, t = 2.55, p < .05$). **Conclusion:** This result indicates that individuals with high careerist orientation are more likely to exhibit organizational citizenship behavior for the reason of impression management, so this group of people is more likely to be good actors; in contrast, individuals with low careerist orientation are relatively less likely to exhibit organizational citizenship behavior for the same reason, so they are good soldiers to greater extent. The results of this study inspire us that: when it's necessary for organizations to find out the real good soldiers, they can use careerist orientation scale to distinguish good soldiers from good actors to some extent.

Keywords

Careerist Orientation, Impression Management, Organizational Citizenship Behavior, Moderating Effect

*通讯作者。

本色或演技？

—野心家取向对印象管理和组织公民行为关系的调节作用

陈阿倩¹, 谢 员^{2*}, 何 浔³

¹陕西师范大学心理学院, 陕西 西安

²华中师范大学心理学院, 湖北 武汉

³达内时代科技集团, 江苏 南京

Email: 1755860881@qq.com, xieyuan@mail.ccnu.edu.cn, 765273580@qq.com

收稿日期: 2017年4月9日; 录用日期: 2017年4月27日; 发布日期: 2017年4月30日

摘 要

目的: 本文旨在探讨印象管理与组织公民行为二者的关系及野心家取向在该关系中的调节作用。方法: 使用印象管理量表、组织公民行为量表、野心家取向量表对557名员工进行了数据收集; 使用SPSS 22.0进行数据录入及后续相关、回归分析; 使用process插件进行简单斜率检验; 使用excel绘制简单效应分析图。统计结果表明: (1) 印象管理与组织公民行为显著正相关($r = .31, p < .001$); 印象管理和野心家取向显著正相关($r = .44, p < .001$)。 (2) 野心家取向在印象管理和组织公民行为之间起着调节作用($F = 10.92, t = 2.55, p < .05$)。结论: 高野心家取向的员工更有可能出于印象管理动机表现组织公民行为(即好演员), 而低野心家取向的员工则相对而言更可能是好战士。企业或组织可在必要时将野心家取向量表作为人员测评、选拔的工具之一。

关键词

野心家取向, 印象管理, 组织公民行为, 调节作用

Copyright © 2017 by authors and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

1. 引言

组织公民行为(Organizational Citizenship Behavior)这一概念及其结构是由 Bateman 和 Organ 于 1983 年正式提出的, Organ 将其定义为: 员工自发产生的, 并非正式奖励系统直接或间接明确规定的, 但总的来说对组织有效运营有益的行为(Bolino, 1999)。自此, 组织公民行为得到了大量研究者的关注。研究者广泛认为表现出组织公民行为的个体是企业或组织的“好战士”, 他们做出好的行为是为了企业更好地发展。但 Bolino 却于 1999 年提出了“好演员”的概念, 他认为在组织中地位受到威胁或者角色内行为表现下降的个体也较容易出于抵消过错或印象管理动机而表现组织公民行为, 并称这类人为“好演员”。

印象管理(Impression Management)是由美国社会学家 Goffman 提出的, 直到 20 世纪 50 年代后期, 这一概念才逐渐得到关注和研究。目前得到普遍接受的印象管理的概念是: 人们通过一定的方式去控制或影响他人对自己形成的印象的过程(房玲, 2005)。简单的说就是个体在不同情境下的同一他人或不同他人

面前,会为了给其留下不同印象而采取不同的行为方式(为了让他人觉得自己出身在书香门第而刻意表现的彬彬有礼、引经据典;为了让他人觉得自己极富爱心而刻意宣扬自己为数不多的捐赠之举等)。这一心理现象在人际交往中普遍存在,尤其明显的是表现在求职、面试等活动中,因此印象管理也受到了管理学、心理学的高度关注。

以往研究表明(樊耘,颜静,马贵梅,2014;魏江茹,2006),员工做出组织公民行为既可能是为了提升组织利益(即本文所指的好战士);但也可能是为了利用这一表象向职场重要人物表示自己是可以信赖的、值得托付的(即本文所指的好演员),以此获得组织公民行为所能带来的有利的上级(或组织)评价(Miao, Newman, & Huang, 2014; Newman, Nielsen, & Miao, 2014; Jennifer, Long, & Simon, 2013)及更多晋升机会(Tammy, 2006)。Hui, Lam 和 Law (2000)的研究表明,组织公民行为存在“工具性”成分,有些员工是出于印象管理动机而表现组织公民行为(即好演员)。国内也有研究发现:在控制了公平感后,印象管理能够显著预测上级评价的员工组织公民行为(郭晓薇,李成彦,2005)。印象管理的各个维度都与组织公民行为显著正相关(叶泽川,张永久,2013;张永久,2013);印象管理与组织公民行为的各维度也显著正相关(崔勋,瞿皎皎,2014)。

以上研究说明:组织中并存着好演员和好战士两种员工。虽然表面上两类人都能给组织带来利益,但研究发现当好演员的短期目标(晋升)得以实现后,他们的组织公民行为表现水平会明显降低(Hui, Lam, & Law, 2000),而且他们更倾向于在领导能观察到的范围内表现组织公民行为(Bolino, 1999; 郭晓薇,2004; 郭晓薇,李成彦,2005;邱环,2010)。而好战士则不会或较少会表现出该倾向。该结果说明,好员工才是组织长期有效发展的不竭动力。因此,找到合适的指标对外在表现形式相似的两类人进行区别对组织长期有效发展来说是极有必要的。

野心家取向是员工以非绩效的方式追求职业生涯发展的倾向(Feldman & Weitz, 1991; 杨越,谢员,秦晨曦,2016)。以往研究发现,野心家取向高的员工具有强烈的获得职业成功的动机,且他们认为仅仅依靠绩效很难获得职业生涯发展(Bolino, 1999; Feldman & Weitz, 1991)。因此,与努力工作相比该类员工会较多地选择运用印象管理、组织政治行为、欺骗操纵等策略来辅助自己的职业发展(Hsiung, Lin, & Lin, 2012; 杨越,谢员,秦晨曦,2016)。而且由于组织公民行为与实现印象管理的目标相关,所以野心家取向的个体更可能会积极做出组织公民行为(Bolino, 1999)。这些研究也许能传达给我们这样的信息——野心家取向高的个体更容易因印象管理动机表现出较多组织公民行为(此时印象管理与组织公民行为间的关系较强烈),员工确属一名好演员;而野心家取向低的个体则不会或较少会表现出这种倾向(此时印象管理与组织公民行为间的关系相对较弱),此时员工便是好战士。即野心家取向在印象管理和组织公民行为关系间扮演着调节变量的角色,能调节二者间关系的强弱。

综上,本文将对野心家取向这一变量能否帮助企业分辨好演员和好战士进行探索。对这一问题的探讨有利于企业更好地掌握组织内员工的情况,从而有针对性地赞誉、提拔真正有利于企业长期发展的员工。

本文在前人文献的基础上提出以下假设:

H1: 印象管理与组织公民行为正相关。

H2: 野心家取向对印象管理下的组织公民行为具有调节作用。

2. 研究设计

2.1. 研究方法

以企事业单位工龄超过半年的员工为被试。采用问卷调查法对文章涉及的变量进行数据收集,通过网络渠道和纸质问卷发放共收集到问卷 557 份,其中有效问卷 501 份,有效率为 89.95%。

2.2. 研究工具

印象管理量表：采用张永久(2013)修订的印象管理量表，该量表包含领导聚焦、工作聚焦和自我聚焦三个维度，共 24 个项目。量表具有较好的信效度(叶泽川，张永久，2013；张永久，2013)，计分方式是李克特 5 点记分，从“完全不符合”到“完全符合”分别赋予 1~5 的分值。该量表在本次测量中的 Cronbach's α 系数为.89。

组织公民行为量表：采用胡琪波(2014)修订的组织公民行为量表，该量表包含指向个人的组织公民行为和指向组织的组织公民行为两个维度，共 9 个项目。量表具有较好的信效度(胡琪波，2014)。问卷在计分方式上采用李克特五点计分，从“完全不符合”到“完全符合”分别赋予 1~5 的分值。该量表在本次测量中的 Cronbach's α 系数为.86。

野心家取向量表：采用杨越(2016)修订的野心家取向量表，该量表包含人际关系、对雇主不坦诚、生涯目标与组织利益不一致、印象管理和欺骗操纵五个维度，共 18 个项目，其中“与上司打交道时，应坦率、诚实”为反向计分题。量表具有较好的信效度(杨越，2016)，在计分方式上采用李克特五点计分，从“完全不同意”到“完全同意”分别赋予 1~5 的分值。本次测量中该量表的 Cronbach's α 系数为.85。

3. 研究结果

3.1. 描述性统计

无效数据剔除后，本研究使用 SPSS22.0 软件对被试的基本情况进行了分析。被试群体中男性有 125 人，占总人数的 46.60%；女性有 143 人，是总人数的 53.40%。在年龄分布方面，被试多处于 20~29 这一年龄段，共 214 人，占总人数的 79.90%。另外，被试中本科及以下的个体较多，分别有 148、94 人，所占比例分别为 55.20%和 35.10%。在婚姻状况方面，或许与年龄分布有关，73.10%的被试处于未婚状态，共 196 人。66.10%的被试工作年限在 3 年以下，3~5 年工作年限的被试最少，5 年以上的被试有 64 人，占总人数的 23.90%。此外，被试中有 119 人所属单位为民营企业，该类被试占总被试的 44.40%。且被试中处于普通员工职位的共 184 人，占据了总人数的 68.70% (以上部分数据进行了四舍五入)。

3.2. 共同方法偏差检验

本研究需要的数据均通过自我报告法获得，所以可能会存在共同方法偏差的问题。尽管施测前已向被试澄清：问卷完全保密且不涉及任何私人信息，但仍无法保证完全消除该问题。因此，本文采用 Harman 单因子检验进行了共同方法偏差检验(周浩，龙立荣，2004)。结果显示未旋转第一个因子解释的变异量为 18.74%，远小于 40%的临界标准，且特征值大于 1 的因子共有 12 个。该结果说明本研究的共同方法偏差不明显。

3.3. 相关分析

本研究对三个量表总分进行了相关分析(见表 1)，发现印象管理与组织公民行为显著正相关($r = .31, p < .001$)，印象管理与野心家取向也显著正相关($r = .44, p < .001$)，组织公民行为与野心家取向间相关不显著($p = .19$)。

3.4. 回归及调节效应分析

对印象管理总分和野心家取向总分进行中心化，并获得两者中心化后的乘积项。在控制了性别、年龄、学历、婚姻状况、等人口学变量的情况下进行调节效应分析。

Table 1. Correlation analysis**表 1.** 相关分析

变量	1	2	3
1 印象管理	1		
2 野心家取向	.44***	1	
3 组织公民行为	.31***	-.06	1

注: *** $p < .001$

方程 1: 检验自变量和调节变量对因变量的主效应。多重回归分析表明, 总回归方程显著, $F(10, 488) = 11.50, p < .001$, 所有预测变量对组织公民行为的解释率(R^2)为.19。

方程 2: 检验自变量与调节变量交互项的效应。多重回归分析表明, 总回归方程显著, $F(11, 487) = 10.92, p < .001$, 所有预测变量对组织公民行为的解释率(R^2)为.20, 标准化回归系数 β 为0.09, $p = .038 < .05$ 。如下表 2 所示, 表明野心家取向对印象管理和组织公民行为间的调节作用显著。

本研究进一步利用 process 进行了简单斜率检验, 并根据回归方程分别取自变量和调节变量为平均数正负一个标准差时的值, 利用 Excel 绘制了简单效应分析图(如下图 1)。结果发现: 当野心家取向较高时, 印象管理随着组织公民行为的提高而显著提高($B = 2.12, SE = .25, p < .001$); 当野心家取向较低时, 组织公民行为的高低受印象管理的影响相对较弱($B = 1.52, SE = .25, p < .001$)。该结果说明在野心家取向高的情况下, 印象管理对组织公民行为的预测作用能够明显提高, 验证了野心家取向调节作用的存在。

另外, 在回归中值得注意的是: 除调节作用外, 结果还显示, 野心家取向与组织公民行为间显著负相关($p < .001$)。这一结果与相关分析得出的结论不一致。

4. 讨论

4.1. 结果讨论

研究假设 1 得到了验证, 印象管理与组织公民行为显著正相关($r = .31, p < .001$)。这一结果与之前研究者得到的结果不谋而合(崔勋, 瞿皎皎, 2014; 郭晓薇, 李成彦, 2005; 高日光, 李胜兰, 2015; 叶泽川, 张永久, 2013; 张永久, 2013)。研究的假设 2 也得到了验证, 野心家取向在印象管理与组织公民行为的关系间起着调节变量的作用($F = 10.92, t = 2.55, p < .05$)。证实了对高野心家取向的员工来说, 印象管理对组织公民行为的影响较大(更容易因印象管理动机表现出组织公民行为), 相反, 对低野心家取向的员工来说, 印象管理对组织公民行为的影响便较小, 即高野心家取向的员工更可能是好演员, 低野心家取向的员工更可能是好战士。

此外, 本研究还发现: (1) 野心家取向与印象管理这两个变量间也显著正相关($r = .44, p < .001$)。(2) 在控制无关变量的情况下对各变量进行的回归发现野心家取向与组织公民行为间存在显著负相关; 虽然进行简单相关时发现野心家取向与组织公民行为间相关不显著($r = -.06, p > .05$), 但考虑到负相关的结果比简单相关更为科学、严谨, 所以本研究认为野心家取向与组织公民行为显著负相关。这一结论与 Adams, Srivastava, Herriot, 和 Patterson 于 2013 年得到的结果一致。却与 Bolino (1999)和 Hsiung, Lin 和 Lin (2012)得出的结果截然相反。为何同样的研究得到的却是不同的结果, 是否因为存在某些未被发现的因素在其中起着调节或中介变量的作用? 因此, 对该关系的内部机制探索仍需付诸较多努力。

4.2. 研究的实践意义

由研究结果可以了解, 野心家取向高的个体更有可能因印象管理动机表现组织公民行为。而且结合

Table 2. Regression analysis
表 2. 回归分析

变量	方程 1 (效标: 组织公民行为)			方程 2 (效标: 组织公民行为)		
	B	SE	β	B	SE	β
性别	.14	.37	.02	.18	.37	.02
年龄	.24	.33	.05	.28	.33	.05
学历	-.09	.29	-.01	-.05	.29	-.01
婚姻状况	.71	.59	.08	.70	.59	.08
工作年限	.34	.24	.10	.34	.24	.10
职业类型	-.00	.05	-.00	-.00	.05	-.00
单位性质	.05	.15	.02	.06	.15	.02
职位高低	.18	.23	.04	.18	.23	.04
印象管理	1.82	.20	.42***	1.82	.20	.42***
野心家取向	-1.09	.20	-.25***	-1.18	.20	-.27***
印象管理*野心家取向				.30	.15	.09*
R ²		.19			.20	
F		11.50***			10.92***	

注: N = 501. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

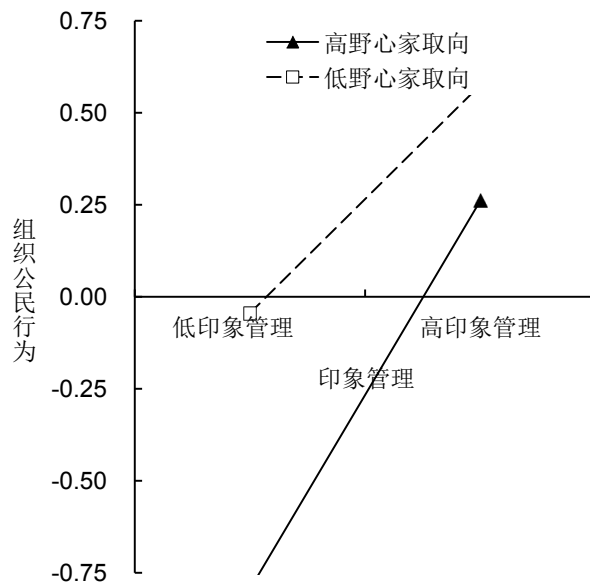


Figure 1. Moderating effect of careerist orientation on the relationship between impression management and organizational citizenship behavior

图 1. 野心家取向在印象管理和组织公民行为关系中的调节作用

相关参考文献(Bolino, 1999; 郭晓薇, 2004; 郭晓薇, 李成彦, 2005; 邱环, 2010)可以发现, 印象管理的个体会更多地选择在领导可以观察到的范围内表现组织公民行为。因此, 如果单方面将主管评价作为绩效考核或管理晋升的标准, 那么便很有可能被高野心家取向个体设置的表象所迷惑, 得出他们是好战

士而非好演员的结论。因此,本研究建议在绩效考评时应采集多方面的信息进行综合评价。本文也在一定程度上佐证了英特尔公司提出的360度绩效考评法的科学性。

另外,本研究假设2得到了验证,该结果说明,野心家取向较高的个体具有更大的可能性出于印象管理的动机实施组织公民行为。因此,在更为精密的测评手段出现之前,企业管理者可考虑在重大测评选拔中将野心家取向作为评选的标准之一。增大选择出真正好战士的几率,同时也可以在一定程度上控制和避免高野心家取向员工所具有的满意度低(Cerdin & Le Pargneux, 2014)、离职意向高(Chay & Aryee, 1999; Feldman & Weitz, 1991)的弊端。

致 谢

感谢谢老师一直以来耐心且细心的指导;感谢何浔同学在数据收集、处理以及后续文章撰写、修改等过程中的帮助和支持;感谢杨越师姐、张永久学长、胡琪波学姐在问卷方面的大力支持。

参考文献 (References)

- 崔勋, 瞿皎皎(2014). 组织政治知觉对组织公民行为的影响辨析——基于国有企业员工印象管理动机的考察. *南开管理评论*, 17(2), 129-141.
- 樊耘, 颜静, 马贵梅(2014). 基于两种不同动机的组织公民行为研究. *华东经济管理*, (3), 96-101.
- 房玲(2005). 印象管理综述. *社会心理科学*, (3), 114-117.
- 高日光, 李胜兰(2015). 亲社会动机与印象管理动机对组织公民行为的影响. *当代财经*, (3), 79-86.
- 郭晓薇(2004). *企业员工组织公民行为影响因素的研究*. 博士论文, 华东师范大学, 上海.
- 郭晓薇, 李成彦(2005). 印象管理对组织公民行为的预测作用的实证研究. *心理科学*, 28(2), 480-482.
- 胡琪波(2014). *家族企业员工心理契约与组织公民行为的关系研究*. 博士论文, 西北工业大学, 西安.
- 邱环(2010). 基于印象管理动机的组织公民行为效应分析. *北方经济*, (16), 11-12.
- 魏江茹(2006). 好战士还是好演员: 基于印象管理的组织公民行为. *经济管理*, (15), 51-53.
- 杨越(2016). *野心家取向概念、结构、测量及新效度检验*. 硕士论文, 华中师范大学, 武汉.
- 杨越, 谢员, 秦晨曦(2016). 野心家取向: 概念、测量、成因与影响. *心理科学进展*, 24(3), 410-421.
- 叶泽川, 张永久(2013). 印象管理策略与组织公民行为关系的实证研究. *特区经济*, (6), 201-205.
- 张永久(2013). *印象管理策略与组织公民行为关系的实证研究——领导成员交换的中介作用*. 博士论文, 重庆大学, 重庆.
- 周浩, 龙立荣(2004). 共同方法偏差的统计检验与控制方法. *心理科学进展*, 12(6), 942-950.
- Adams, J. W., Srivastava, A., Herriot, P., & Patterson, F. (2013). Careerist Orientation and Organizational Citizenship Behavior in Expatriates and Non-Expatriates. *Journal of Career Development*, 40, 469-489. <https://doi.org/10.1177/0894845312472255>
- Bolino, M. C. (1999). Citizenship and Impression Management: Good Soldiers or Good Actors? *Academy of Management Review*, 24, 82-98. <https://doi.org/10.2307/259038>
- Cerdin, J. L., & Le Pargneux, M. (2014). The Impact of Expatriates' Career Characteristics on Career and Job Satisfaction, and Intention to Leave: An Objective and Subjective Fit Approach. *International Journal of Human Resource Management*, 25, 2033-2049. <https://doi.org/10.1080/09585192.2013.870291>
- Chay, Y. W., & Aryee, S. (1999). Potential Moderating Influence of Career Growth Opportunities on Careerist Orientation and Work Attitudes: Evidence of the Protean Career Era in Singapore. *Journal of Organizational Behavior*, 20, 613-623. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1379\(199909\)20:5<613::AID-JOB979>3.0.CO;2-A](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1379(199909)20:5<613::AID-JOB979>3.0.CO;2-A)
- Feldman, D. C., & Weitz, B. A. (1991). From the Invisible Hand to the Glad Hand: Understanding a Careerist Orientation to Work. *Human Resource Management*, 30, 237-257. <https://doi.org/10.1002/hrm.3930300206>
- Hsiung, H. H., Lin, C. W., & Lin, C. S. (2012). Nourishing or Suppressing? The Contradictory Influences of Perception of Organizational Politics on Organizational Citizenship Behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 85, 258-276. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.2011.02030.x>
- Hui, C., Lam, S. S., & Law, K. K. (2000). Instrumental Values of Organizational Citizenship Behavior for Promotion: A

-
- Field Quasi-Experiment. *Journal of Applied Psychology*, 85, 822-828. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.85.5.822>
- Jennifer, Y. M. L., Long, W. L., & Simon, S. K. L. (2013). Organizational Citizenship Behavior in Work Groups: A Team Cultural Perspective. *Journal of Organizational Behavior*, 34, 1039-1056.
- Miao, Q., Newman, A., & Huang, A. N. X. (2014). The Impact of Participative Leadership on Job Performance and Organizational Citizenship Behavior: Distinguishing between the Mediating Effects of Affective and Cognitive Trust. *International Journal of Human Resource Management*, 25, 2796-2810. <https://doi.org/10.1080/09585192.2014.934890>
- Newman, A., Nielsen, I., & Miao, Q. (2014). The Impact of Employee Perceptions of Organizational Corporate Social Responsibility Practices on Job Performance and Organizational Citizenship Behavior: Evidence from the Chinese Private Sector. *International Journal of Human Resource Management*, 26, 1-17.
- Tammy, D. A. (2006). Rewarding Good Citizens: The Relationship between Citizenship Behavior, Gender, and Organizational Rewards. *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 120-143. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00006.x>

附录

尊敬的朋友：

您好！非常感谢您在百忙中抽出时间完成此份问卷！

本问卷旨在对您的人格特质和工作情况进行初探，问卷不记名、不计时，仅作学术研究使用，我们将严格按照《统计法》的有关规定对您填写的所有信息保密，请您放心填答。另外，客观、准确的信息将直接决定研究结果的好坏，所以请您务必认真填写。问卷的答案无对错好坏之分，您只需诚实地描述您自己便可。再次感谢您的支持，祝您在事业上取得辉煌成就！

- 1) 我的性别 A 男 B 女
- 2) 我的年龄 A 20 岁以下 B 20~29 岁 C 30~39 岁 D 40 岁以上
- 3) 我的学历 A 本科以下 B 本科 C 本科以上
- 4) 我的婚姻状况 A 未婚 B 已婚
- 5) 我总的工作年限
A 半年到 1 年(含 1 年) B 1~3 年(含 3 年) C 3~5 年(含 5 年) D 5 年以上
- 6) 我目前从事的职业
A 生产人员 B 销售人员 C 市场/公关人员 D 客服人员
E 行政/后勤人员 F 人力资源 G 财务/审计人员 H 文职/办事人员
I 技术/研发人员 J 管理人员 K 教师 L 顾问/咨询
M 专业人士(如会计师、律师、建筑师、医护人员、记者等)
- 7) 我目前工作所在省份
- 8) 我目前所在单位的性质 A 国有企业 B 民营企业 C 合资/外商独资 D 其他
- 9) 我在本单位所处的职位 A 高层管理者 B 中层管理者 C 基层管理者 D 普通员工

第一部分(样题)：

以下所列条目是每个职工都可能遇到的，请您根据自己的感受，判断您在多大程度上符合下列说法或做法？每题后面均有从低到高 5 个分数(“1”代表完全不符合；“2”代表不符合；“3”代表不确定；“4”代表符合；“5”代表完全符合)，请在相应的数字等级上打√。

	完全不符合	不符合	不确定	符合	完全符合
我乐意帮助新同事尽快适应工作环境	1	2	3	4	5
我总愿意帮助同事解决工作中的问题	1	2	3	4	5
平时我很乐意与同事沟通协调	1	2	3	4	5
即使没人看到，我也总是自觉遵守规章制度	1	2	3	4	5
我经常早早上班，并立即投入工作	1	2	3	4	5

第二部分(样题)：

以下所列条目是每个职工都可能遇到的，请您根据自己的感受，判断您在多大程度上符合下列说法或做法？每题后面均有从低到高 5 个分数(“1”代表完全不符合；“2”代表不符合；“3”代表不确定；“4”代表符合；“5”代表完全符合)，请在相应的数字等级上打√。

	完全不符合	不符合	不确定	符合	完全符合
我同意领导的大部分想法	1	2	3	4	5
我会在领导面前表现的很有礼貌	1	2	3	4	5
我会主动帮助领导完成某个任务	1	2	3	4	5
我会试图为我所在的工作小组中发生的积极事件负责	1	2	3	4	5
我会为一些消极事件负责, 即使责任不全在我身上	1	2	3	4	5
我会让领导觉得我是个“好人”	1	2	3	4	5

第三部分(样题):

在以下题目中, 您可能同意其中的某些说法却不同意另一些说法, 我们想了解您同意或不同意达到了什么程度, 请选出最能反映您目前感受的数字(1-完全不同意, 5-完全同意)注意数字越大代表越同意所述看法。

	完全不同意	不同意	不确定	同意	完全同意
在公司中人脉比知识更重要	1	2	3	4	5
对我的上司推心置腹、完全坦诚可能很难得到奖励	1	2	3	4	5
我个人的目标与老板的目标可能不相容或不相同	1	2	3	4	5
为了晋升, 我会主动帮助直属上司完成某项任务	1	2	3	4	5
我会赞扬直属上司的成就, 为将来自己的升职做铺垫	1	2	3	4	5

期刊投稿者将享受如下服务:

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ap@hanspub.org