

· 研究构想(Conceptual Framework) ·

互动视角的组织社会化动态跟踪研究*

李超平¹ 苏 琴² 宋照礼³

(¹ 中国人民大学公共管理学院组织与人力资源研究所, 北京 100872)

(² 香港中文大学管理学院, 香港) (³ 新加坡国立大学管理学院, 新加坡 119077)

摘 要 以 3 项不同时间尺度的跟踪研究, 探索新员工组织社会化的动态与交互过程。首先, 通过在入职最初 3 个月每月为期 1 周的即时调研, 探索新员工与主管的沟通特征与机制; 然后通过为期 3 个月、时间间隔为 1 周, 针对新员工与其主管的配对短期跟踪调研, 探索社会化过程中学习与认同的动态特征与内部变化机制, 以及互动作用的动态变化特征; 最后通过为期 1 年、时间间隔为 3 个月的长期跟踪调研, 考察新员工主动参与组织社会化、领导者主动提供社会化支持的影响因素, 以及组织社会化的结果。

关键词 互动视角; 组织社会化; 变革型领导; 主动人格; 经验取样法

分类号 B849:C93

1 问题提出

组织管理中经常遇到的一个问题是, 新招聘的员工进入组织以后出现“适应不良”, 具体表现为积极性不高、偷懒懈怠、违反组织规范, 甚至在不到 1 年的时间内就离职。因此, 组织越来越重视入职培训, 希望通过特定的组织政策和活动来帮助新员工适应, 海尔的“入模子”就是典型例子。另一方面, 随着就业市场流动性越来越高, 个人在职业生涯中出现多次换单位的情况也成为一种普遍现象, 如何在换单位的过程中更快更好地适应组织生活, 也就成为换单位的人关心的重要问题。由此可见, 新员工组织适应是一个对管理者和新员工来说, 都具有重要意义的问题。

当下中国各类组织所处的环境和员工自身的一些特点又表明, 新员工组织社会化又不是一个可以简单通过入职培训就解决的问题。在知识经济环境下, 操作性的工作已经越来越多地由机器

取代, 员工更多地集中于知识型岗位, 成为知识型员工。完成这些岗位的工作需要依赖员工本身的知识、主动性和创新性。而这类知识和创新能力企业很难通过简单的培训让员工获得。与此同时, 当下新进入就业市场的大多数为 80 后、90 后, 这一群人被社会学家称为“新生代”或“Y 世代”。傅红和段万春结合新生代员工的成长环境和工作动机, 提炼出新生代员工的特点有: 文化水平较高, 学习能力和竞争意识较强; 以自我为中心, 自我意识强烈; 崇尚自由平等, 多元化的价值观; 经不起挫折, 难以面对较大的压力(傅红, 段万春, 2013)。新生代员工在价值观方面也有自己鲜明的特色。李燕萍与侯烜方的研究表明, 新生代员工具有“自我—平等—革新—发展”的工作价值导向, 他们既追求自我情感的满足, 又渴望获得平等融洽的组织关系氛围, 同时具备较强的革新意识, 期待获得个人职业长期发展(李燕萍, 侯烜方, 2012)。尤佳、孙遇春与雷辉通过对 866 个中国员工进行代际差异分析发现, 职场、休闲、外在及内在价值观在代际间及新生代内部均稳步上升; 但社会和利他价值观, 代际间及新生代内部均无显著差异。他们进一步指出, 新生代员工一方面希望工作有趣和富有挑战性, 另一方面普遍希望工作轻松, 并渴望更多的金钱和地位(尤佳, 孙遇

收稿日期: 2013-11-11

* 国家自然科学基金项目(71372159)、国家“985 工程优势学科创新平台项目”专项经费资助。

通讯作者: 李超平, E-mail: lichaoping@mparuc.edu.cn

春, 雷辉, 2013)。因此, 未来新员工组织社会化的研究需要以新生代员工为主体, 充分考虑其价值观与个性特征。正是基于以上考虑, 本研究拟在中国文化背景, 对组织社会化这一过程开展深入的跟踪研究, 为各类组织针对新生代员工更高效地开展组织社会化工作提供理论依据。

社会化(Socialization)一词来源于社会学, 是社会学研究的重要主题之一。在社会学领域, 社会化指个体从自然人逐步成为社会人的过程。社会化既是个体接受社会文化因素的影响, 进入有组织的社会生活的过程, 也是个体获得自我的过程。Schein 首先将社会化概念引入组织行为学, 提出了组织社会化(Organizational socialization)的概念, 来分析员工是如何从组织外部人成长为组织内部人的过程, 并揭示员工适应组织的机制(Schein, 1968)。自从组织社会化概念被提出以后, 就逐渐成为企业管理者和组织行为学家们广泛关注的热点问题。

1.1 组织社会化的研究视角

在组织社会化的研究过程中, 不同的学者采用了不同的视角, 从不同的角度对组织社会化进行了研究。到目前为止, 学者采用的视角主要有: 组织视角、主动视角与交互视角。

早期研究主要从组织视角出发, 关注组织采用的社会化策略与内容。有关组织社会化策略的研究强调, 组织环境对新员工个人的影响, 以及对新员工组织适应程度的影响(Vancouver, Tamanini, & Yoder, 2010)。组织社会化策略方面的研究相对比较成熟, 已有的研究表明, 组织在社会化中采用的策略有: 集体的社会化指组织将新员工组织起来参与一系列社会化活动, 个性化的社会化则为每个员工单独设置一套社会化程序。正式的指在特定社会化阶段, 将新员工与组织内部人分开进行培训, 非正式的则将其与有经验的员工一视同仁而直接安排工作。顺序的社会化指新员工必须按顺序经历一系列活动, 随机的则是随机地让新员工参与一些活动就可以。固定的社会化为新员工的进度提供一个时间表, 而变动的则没有。系列的社会化指企业安排有经验的员工辅导新员工, 而分离的则没有这种辅导。授权的社会化指组织肯定, 并鼓励新员工具有自己的特征和想法, 而剥夺的则否定, 并试图通过组织社会化将其去除(Van Maanen & Schein, 1979)。

Jones 又将集体的、正式的、顺序的、固定的、系列的和授权的这 6 种社会化策略归为制度化社会化(institutionalized socialization), 而将个人的、非正式的、随机的、变动的、分离的和剥夺的社会化策略归为个性化社会化(Individualized Socialization)(Jones, 1986)。国内也有学者在组织社会化策略方面开展了研究, 王庆燕与石金涛采用 Jones 的问卷通过对 382 名员工的调查, 分析了我国企业所采用的组织社会化策略, 结果表明: 我国企业会因时而宜, 因事而宜, 采取适合于企业发展情况、企业文化及组织资源的组织社会化战术, 尤其是会因新员工工作时间不同, 而差别对待, 并采用不同的组织社会化战术(王庆燕, 石金涛, 2006)。

组织视角的另一个主要研究领域是, 组织社会化的内容, 这方面国内外学者也开展了大量研究。Ostroff 和 Kozlowski 认为, 新员工社会化需要学习的内容包括: 工作中所需完成的任务、工作角色、小组流程和组织特性(Ostroff & Kozlowski, 1992)。Chao 等的研究发现, 组织社会化的内容包括 6 个维度: (1)工作熟练度; (2)人员; (3)政治; (4)语言; (5)组织目标和价值观; (6)历史(Chao, O'Leary-Kelly, Wolf, Klein, & Gardner, 1994)。Morrison 的研究就将新员工学习过程需要获取和掌握的信息分为 4 类: (1)技术信息; (2)参照信息; (3)规范信息; (4)反馈(Morrison, 1993b)。其后, 她又进行了补充, 增加了(5)社会信息; (6)组织信息; (7)政治信息(Morrison, 1993a)。Taormina 以中国大陆、中国香港和新加坡三地的企业员工为被试, 通过实证研究发现, 组织社会化内容包括 4 个方面: (1)接受培训; (2)组织理解; (3)同事支持; (4)未来期望(Taormina, 1994)。国内一些学者也对组织社会化的内容进行了探讨。赵国祥、王明辉和凌文轻通过对全国 14 个城市 854 名员工进行调查, 考察了组织社会化内容的结构维度, 探索性因素分析与验证性因素分析的结果一致表明: 我国企业员工组织社会化内容由组织文化、工作胜任、人际关系和组织政治 4 个维度构成(赵国祥, 王明辉, 凌文轻, 2007)。孙健敏与王碧英通过开放式问卷调查、焦点小组访谈搜集了组织社会化的初始条目, 267 人调查结果的因素分析表明: 国有企业员工的组织社会化内容由胜任工作、组织文化和领导政治三个维度构成(孙健敏, 王碧英, 2009)。

组织视角的社会化研究明确了社会化的策略与内容, 为社会化工作的开展奠定了基础。但是在研究的过程中, 学者们也发现: 社会化不仅取决于组织采取的策略, 同时应该考虑新员工本身及其行为对社会化的影响。Louis 认为, 员工并非只会被动接受组织社会化, 而会积极去诠释所处的环境(Louis, 1980)。Miler 等进一步指出, 新员工在进入组织初期, 通常会面临信息不足的困扰, 为了尽快融入组织, 获得管理者与同事的认同, 他们往往会积极主动表现出一些组织社会化策略要求之外的行为, 去寻求相关信息, 这种信息寻求行为是新员工主动与组织互动推动自身社会化的重要一步。他们还呼吁学者们从新员工的视角, 即从主动视角(Proactive Perspective)来研究组织社会化(Miller & Jablin, 1991)。随后的研究从主动视角出发, 开始关注新员工如何通过积极主动的适应行为, 来减少不确定性和角色模糊。Crant 将员工的主动行为分为两类, 一类是普遍性的行为, 包括: 发现机会、挑战现状等; 一类是与情境相关的行为, 包括反馈与信息收集、合理化建议等(Crant, 2000)。Griffin 等对员工的主动行为进行了系统梳理, 将员工的主动行为归纳为 8 类: 反馈与信息搜集、关系建立、非正式指导关系建立、工作变动谈判、积极构想、参与相关活动、自我行为管理、观察与模仿(Griffin, Colella, & Goparaju, 2000)。Morrison 的研究发现, 新员工会通过不同的方式来寻求不同的信息, 且信息寻求行为对满意度、绩效、离职意向有显著影响(Morrison, 1993b)。Morrison 还通过对 135 名会计的跟踪研究发现, 信息寻求行为有助于员工了解工作、角色与组织文化(Morrison, 1993a)。Wanberg 等的研究发现, 新员工反馈搜寻和社会关系建立与其角色清晰、社会融入和工作满意度正相关(Wanberg & Kammeyer-Mueller, 2000)。石金涛等对新员工信息寻找行为的实证研究发现, 新员工在进入组织时, 倾向于采用主动寻找信息的行为; 新员工没有因为工作时间不同、工作经验不同, 而表现出不同的信息寻找行为, 但是却在信息寻找战术上有显著差异; 公开战术和观察战术是新员工最为倾向采用的信息寻找战术, 并且对于获取各类信息有重要的影响(石金涛, 王庆燕, 2007)。李从容等在国内研究了新员工信息寻找行为的影响, 研究结果发现: 公开询问信息有利于知识型

新员工工作胜任、人际融洽和文化融合, 观察寻找信息有利于知识型新员工工作胜任和文化融合, 对人际融洽的影响则不显著(李从容, 张生太, 2011); 知识型新员工人际融洽、文化融合与情感承诺、持续承诺正相关, 工作胜任与情感承诺正相关, 但与持续承诺负相关(李从容, 宋晓阳, 段兴民, 2011)。

主动视角的研究表明, 员工的主动行为对社会化有积极促进作用。但随后有学者提出, 组织社会化研究应该同时重视两个主体——组织与新员工——之间的相互作用, 即从交互视角(Interactionist Perspective)研究社会化过程(Reichers, 1987)。这是主动视角的发展和延续, 不仅新员工会积极主动地适应组织生活, 新员工的领导者也会主动地帮助新员工适应。当领导者为新员工提供更多社会化支持的时候, 新员工可以更快更好地完成组织社会化(Bauer & Green, 1998; Kammeyer-Mueller, Wanberg, Rubenstein, & Zhaoli, 2013)。另一方面, 根据领导-追随者交换理论, 领导者会与追随者通过一系列的互动、合作等建立或亲或疏的关系, 进而影响追随者的工作态度与绩效(王震, 仲理峰, 2011)。因此, 我们在研究社会化时, 非常有必要考虑领导者的影响。而如果同时考虑新员工的主动社会化行为, 研究二者的交互作用, 将帮助我们更加深入地理解社会化过程。但是过去由于研究方法的限制, 研究者在问卷调查的实际操作过程中, 很难同时将新员工与组织纳入研究模型, 使得社会化交互视角的实证研究很难开展, 只能单一地从新员工视角出发, 考察新员工如何积极主动地去适应组织环境。部分学者的研究考察了领导者行为对新员工组织社会化的影响, 但采用的研究方法是由新员工报告其对领导者的感知, 这就很难避免共同方法变异(Bauer & Green, 1998; Jokisaari & Nurmi, 2009; Kammeyer-Mueller et al., 2013)。因此, 本研究拟采用交互视角, 同时收集新员工与其领导者的主动行为, 并且研究二者的交互作用对新员工组织社会化的影响。

1.2 组织社会化的动态过程

组织社会化是一个动态变化的过程, 这在研究者中已是一种共识。严鸣、涂红伟、李驥从认同理论视角对社会化的研究进行了回顾, 指出社会化本质是新员工角色和社会认同发展的过程,

是一个新员工和组织内人员持续互动的动态过程,这就需要在实证研究中采用纵向研究设计,并更多采用动态数据分析技术来研究社会化(严鸣,涂红伟,李骥,2011)。社会化动态研究需要解决两个关键问题:一是社会化中,新员工的哪些方面发生了变化?哪些指标可以体现这种变化?二是这些指标如何变化?变化规律是什么?但是如何在研究模型中体现这一动态过程的问题,直到一些学者将潜在增长模型运用于社会化研究才得以解决(Chan & Schmitt, 2000; Lance, Vandenberg, & Self, 2000)。另一方面,经验取样法(Experience Sampling Method, ESM)的出现使得此类研究更为可能。经验取样法是指在一段时间内,研究者借助于辅助工具提醒被试,让被试在事件发生或者随机的诸多瞬间回答问题,进而收集数据的一种方法(段锦云,陈文平,2012)。段锦云与陈文平认为,经验取样法具有明显的优势,表现为:第一,在动态过程中研究变量之间的关系,可以更好的体现情境的作用,理解行为的可变性,具有较高的生态效度。第二,可以动态评估个体内研究各变量之间的关系,以及个体内与个体间的变异,这种动态评估是个体内设计与个体间设计的结合,两种方式的结合,能够让我们更好的了解个体是如何体验、感觉、思考和行为的。第三,通过多次重复评估,进行更精准的纵向研究(段锦云,陈文平,2012)。因此,采用纵向研究,利用经验取样法,通过多次测量获取不同时点数据,然后建立潜在增长模型验证研究假设是近年来组织社会化研究的另一个主流。

但是通过文献研究我们发现,以往有关新员工组织社会化的纵向研究,最多只有3到4次数据收集,而且每次数据收集的时间间隔在1个月到6个月之间不等。关于新员工成功完成社会化这个过程所需时间有不同的观点:部分学者的研究认为这个过程历时6个月,所以他们通过分别在新员工入职的第1天、入职后3个月,及入职后6个月3个时间点获取数据进行动态研究(Allen & Meyer, 1990; Lance et al., 2000);而另外一些学者的研究则认为,这个过程长达两年时间,他们通过在新员工入职第1天、入职后第6个月、第12个月、第18个月和第24个月分别收集数据,来研究社会化的动态过程(Jokisaari et al., 2009)。国内李从容等分别在员工入职3个月、入职6个月

时对组织社会化、组织承诺进行测量,并对两者的关系进行了分析(李从容等,2011)。姚琦等分别在新员工入职,入职3个月后,对新员工的期望、任务掌握、角色清晰、组织理论和社会整合等社会化近端结果进行测量,通过跟踪调查考察了新员工期望对这些近端结果的影响(姚琦,乐国安,2011)。王雁飞与朱瑜以249名新员工为研究对象,在新员工入职4个月与10个月时对组织社会化、个人—组织匹配、员工绩效和组织公民行为等进行跟踪调查,考察了在不同时期,社会化影响员工绩效及组织公民行为的内在作用机制(王雁飞,朱瑜,2012)。与国外的研究相比,国内虽然已经开展了跟踪研究,但是测量的频率较少,一般都只是进行两次调研,间隔多为3个月,极个别研究间隔为6个月。这样的测量频率和时间间隔很难细致、准确地反映组织社会化的变化过程。而很多研究表明,员工刚开始进入组织的90~100天是最关键的时期(Bradt, Check, & Pedraza, 2011; Watkins, 2003)。这段时间内,新员工充分获得有关工作和组织的各种信息,态度和行为变化也很剧烈。如果未来的研究能够聚焦于新员工入职初期,并且缩短数据收集间隔,通过密集的态度和行为信息,一定能更好地展现社会化过程。Kammeyer-mueller等的最新研究就是一个很好的示例,研究者在新员工进入组织的前3个月内,每周获取一次相关研究数据,很好地反映了员工社会化中行为与情绪的变化规律,为未来研究指出了一个很有意义的研究方向(Kammeyer-Mueller et al., 2013)。综上所述,本研究拟采用经验取样法,在较短的时间内密集采取信息,以更准确、全面地反应社会化的动态过程。

2 研究构想

社会化是新员工在入职初期,认知、情感、社会关系和行为发生重大变化的过程,也是新员工与组织交互作用,以实现这些变化的过程。本研究的主要目标就是,通过高密度的动态跟踪设计与交互视角设计,全面深入地揭示社会化的动态过程与交互过程,并且研究这两个过程的影响因素和结果变量。本研究拟采用的研究方法包括:(1)文献研究法;(2)访谈与专家咨询;(3)个案法;(4)基于网络的问卷调查与统计检验相结合的实证研究方法;(5)基于手机应用软件的经验取样法。其

中, 基于手机应用软件的经验取样法主要用来跟踪研究新员工组织社会化的动态变化特征, 这是一种新颖的运用高科技进行实时调研的方法。

研究的第一部分内容是“新员工社会化的动态特征与内部机制”, 目的就是提供一个社会化研究的动态视角和框架, 明确该动态变化过程研究的重要性。这一部分将通过在入职最初3个月, 每月为期1周的即时调研来完成。研究的第二部分内容是“新员工与其领导者的交互作用特征与内部机制”; 研究的第三部分内容是“新员工及领导者的个人特质对社会化的影响机制”, 重点聚焦于二者的互动过程, 考察双方在该过程中的哪些主动行为可以更好地帮助新员工完成社会化, 以及这些行为的影响因素。这两部分将通过为期3个月、时间间隔为1周, 针对新员工与其主管的配对短期跟踪调研来完成。最后, 研究的第四部分内容是“新员工与领导者的动态交互过程对社会化的影响机制”。这部分将结合第二、三部分的调查, 同时通过为期1年、时间间隔为3个月的长期跟踪调研来完成。

2.1 新员工社会化的动态特征与内部机制

新员工社会化的动态性表现为其学习与认同的动态发展, 伴随新员工组织生活的开展, 其获得的任务信息和社会关系信息越来越多, 学习过程也不断发展。在前人研究的基础上, 我们认为, 学习是反映新员工社会化程度的重要指标, 并且本研究还首次提出, 根据对象差异, 学习过程主要分为两方面: 任务学习和社会关系学习。两方面学习都通过获取不同类别的信息来实现。任务学习主要获取的信息包括: 技术信息、参照信息、组织信息和工作绩效反馈; 社会关系学习主要获取的信息包括: 规范信息、社会信息、政治信息和关系信息。伴随新员工留在组织中的时间增加, 及与内部人的互动增多, 其所掌握的信息也会越来越丰富, 逐渐完成学习过程。

与此同时, 社会化也是一个新员工由外部人转化为内部人的过程(van Knippenberg, van Knippenberg, de Cremer, & Hogg, 2004), 这种转化伴随的是一种个人自我认知的转变过程(Brewer & Gardner, 1996)。伴随其与组织内部人的互动, 其对自己组织角色与身份的认知和态度也不断发展变化。角色理论认为, 组织对特定的职位具有一系列的行为期待(Ashforth, 2000), 组织

内部人对其成员也会有相应的期待, 新员工在社会化过程中通过对这些期待的感知, 其自我认知和行为也会发生相应变化。角色认同反映新员工对组织角色、身份的感知与态度(Tajfel, 1982), 而领导者认同反映新员工对领导者的感知与态度, 及领导者对新员工自我概念的影响程度(Wang & Rode, 2010)。因此, 我们可以将其视为反映新员工组织社会化程度的指标。伴随着组织社会化进程, 员工的角色认同与领导认同应该会更强烈。据此, 本研究假设:

假设1: 伴随组织社会化, 新员工获得的任务信息和社会关系信息逐渐增加;

假设2: 伴随组织社会化, 新员工的角色认同和领导者认同也逐渐增加。

2.2 新员工与其领导者的交互作用特征与内部机制

新员工社会化是通过其与组织内部人不断交流互动实现的, 但是这种互动过程在以往的研究中并未受到足够的重视。本研究将从交互作用视角(Reichers, 1987), 同时考察新员工的主动社会化行为, 及其领导者主动提供支持的行为, 以及二者之间的交互作用。

结合新员工主动行为的文献综述, 我们将新员工的主动社会化行为分为两类: 任务信息导向的主动行为和社会关系导向的主动行为。前者包括搜寻与工作相关的信息和反馈, 后者主要指搜寻组织人际关系的信息和反馈, 并与内部人建立关系。与此同时, 组织内部人, 这里主要指的是新员工的直属上级或称为领导者, 为了帮助新员工更快更好地适应组织生活, 会主动为其提供一些支持, 这些支持也可以分为两类: 任务支持和社会关系支持。前者指向员工介绍组织的流程结构、产品服务等情况, 明确地向新员工表明其所需从事的工作, 工作中需要完成的任务, 并告知员工对这些行为的评价标准等; 后者指帮助员工认识组织内的其他人, 并和其他人建立良好的关系, 给予员工职业发展的指导, 又或者是在日常的工作中表现出鼓励等。根据交互视角的基本观点, 新员工及其他内部人同时参与新员工社会化的过程, 并在该过程中表现出不同程度的主动行为; 与此相对应, 组织内部人, 特别是新员工的直属上级或者称为领导者也会表现积极的行为。当二者都表现出很高的积极性的时候, 新员工就能更

快地适应组织生活。因此,本研究假设:

假设3:新员工主动社会化行为、领导者主动社会化支持行为的交互作用与新员工组织社会化程度正相关,交互作用频率越高,新员工组织社会化越快。

2.3 新员工及领导者的个人特质对社会化的影响机制

新员工和领导者参与交互作用的程度,受到很多个人和情景因素的影响。本研究认为,新员工的主动型人格是一个重要的影响变量(Li, Harris, Boswell, & Xie, 2011)。新进入一个新组织以后,当面对组织生活中存在的不确定性和不稳定性时,主动型人格的个人会想办法获得控制,进而表现出更多的信息、反馈搜寻行为,并更加主动地与组织内部人建立关系,以更快、更好地适应组织环境(Ashforth, 2000)。因此,本研究假设:

假设4:新员工的主动型人格与其主动型的社会化行为正相关,主动型人格越明显的新员工,将会表现出更多任务导向和社会关系导向的主动行为。

交互过程都发生在特定的情境下,如果能够更好地捕捉情境因素,必定能更好地解释个人的行为。在组织内部,新员工的直属上级或者称为领导者,对于新员工的社会化具有重要影响(Bauer & Green, 1998; Li et al., 2011)。研究中,我们将领导者视为影响新员工社会化的情景因素。尤其是在知识型组织中,员工主要从事脑力劳动,并且通过与领导和同事的密切配合来完成任务。因此,其领导的领导风格对其参与交互作用的程度有重要影响。变革型领导强调通过为员工树立愿景、目标来激励员工,因此这类领导者会更加积极主动地与新员工互动,并在互动过程中给以新员工更多帮助,除了帮助新员工适应组织角色要求以外,还将鼓励新员工更好地融入组织,和大家一起为了共同的目标努力(李超平, 时勘, 2005)。因此,本研究假设:

假设5:领导者的变革型领导与其主动行为正相关,变革型领导越强的领导者,其为新员工组织社会化提供的任务支持和社会支持也越多。

2.4 新员工与领导者的动态交互过程对社会化的影响机制

最后,我们在新员工入职1年以后,考察新员工组织社会化是否成功。新员工的学习过程和

认同发展变化过程,也是其自我概念不断发展变化的过程,根据自我概念理论,个人的自我概念可以影响个人的态度和行为(Brewer & Gardner, 1996)。员工态度和行为是组织行为研究的重要内容。本研究将在新员工入职1年后,对新员工的态度与行为进行测量,以检验其组织社会化成功与否。对于新员工,我们主要关心其社会化中,能否很好地适应组织生活,并最终对组织产生心理依附,愿意留在组织中为组织目标共同努力,即具有很高的组织承诺和敬业度。现有关于组织社会化的很多研究,也将组织承诺作为新员工成功完成社会化的标志(Bauer, Bodner, Erdogan, Truxillo, & Tucker, 2007; Kammeyer-Mueller et al., 2013)。但是,还没有研究关注其对员工敬业度的影响。敬业度衡量了组织成员在情感和行为方面,对工作的投入程度,是影响个体绩效的重要指标。因此我们认为,新员工的角色认同和组织认同对其组织承诺和敬业度具有重要影响。

假设6:新员工的任务学习和社会关系学习与其组织承诺和敬业度正相关;

假设7:新员工的角色认同和组织认同与其组织承诺和敬业度正相关。

假设8:新员工的社会化适应中介新员工与其领导者的交互作用与其社会化结果之间的关系。

整个研究的研究模型如图1所示。

3 小结

如果本研究的假设能够得到证实,不仅对于组织更好地开展社会化工作,员工更顺利地完社会化具有实践意义,同时对现有理论也有自己独特的贡献,具体体现为:

第一,如果新员工的主动社会化行为与领导者的社会化支持,都对员工的社会化有积极影响,就在中国情境下证实了交互作用视角的适用性。今后学者们在研究社会化时,就不能简单地只从员工角度来分析问题,而应该同时考虑员工与领导者的影响,这是本研究的第一个可能贡献。

第二,如果新员工任务导向的主动行为、领导者任务支持行为是通过任务学习、工作角色认同;新员工社会关系导向的主动行为、领导者社会支持行为是通过社会学习、领导者认同来影响社会化的,就能帮助我们更好地理解新员工主动社会化与领导者社会化支持的作用机制,这是本

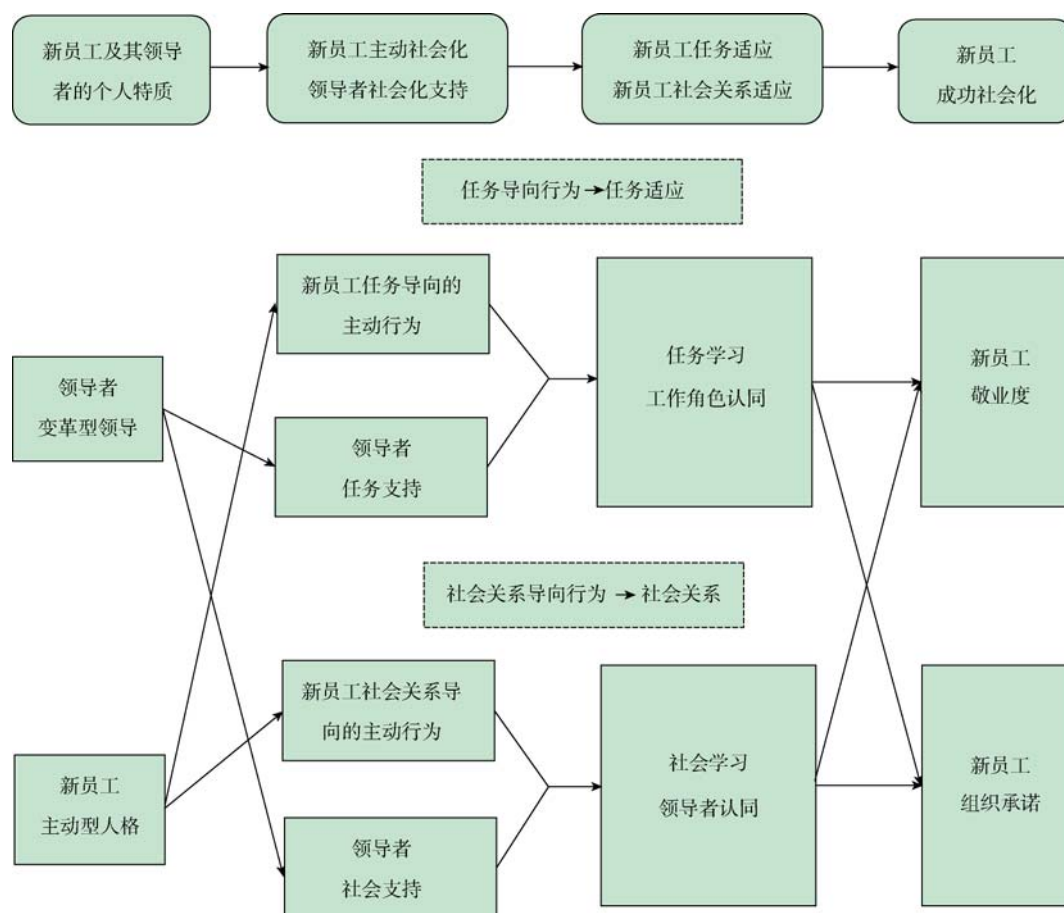


图1 本项目的研究模型

研究的第二个可能贡献。

第三, 新员工主动进行社会化, 以及领导者对新员工提供社会化支持的过程, 可能受很多因素的影响。对于新员工, 其个人特质的影响最为显著, 如主动型人格; 对于领导者, 其行为更多地受其领导风格的影响, 如变革型领导, 但是这一点还没有得到研究者的重视。如果本研究能证明变革型领导、主动型人格的作用, 则为组织选拔新员工, 以及管理者的培训提供了理论支撑。

最后, 本研究注重研究组织社会化动态过程, 针对新员工和他们的主管进行不同时间跨度的跟踪研究。与横截面研究相比, 跟踪研究能够更好地揭示新员工在进入组织初期, 认知、情感、社会关系和行为等方面的变化趋势, 可以为新员工主动采取适应策略和企业制定支持策略提供更坚实的理论基础。

参考文献

- 段锦云, 陈文平. (2012). 基于动态评估的取样法: 经验取样法. *心理科学进展*, 20(7), 1110-1120.
- 傅红, 段万春. (2013). 我国新生代员工的特点及动因——从新生代各种热门事件引发的思考. *社会科学家*, 28(1), 88-91.
- 李超平, 时勘. (2005). 变革型领导的结构与测量. *心理学报*, 37(6), 803-811.
- 李从容, 宋晓阳, 段兴民. (2011). 知识型新员工组织社会化对组织承诺影响的追踪研究. *经济管理*, 33(7), 69-77.
- 李从容, 张生太. (2011). 信息寻找行为对组织社会化影响研究——基于知识型新员工观点. *科研管理*, 32(4), 106-112.
- 李燕萍, 侯烜方. (2012). 新生代员工工作价值观结构及其对工作行为的影响机理. *经济管理*, 34(5), 77-86.
- 石金涛, 王庆燕. (2007). 组织社会化过程中的新员工信息寻找行为实证分析. *管理科学*, 20(2), 54-61.
- 孙健敏, 王碧英. (2009). 国有企业新员工组织社会化内容

- 的维度研究. *心理学探新*, 29(1), 93-96.
- 王庆燕, 石金涛. (2006). 我国企业组织社会化现状的实证研究. *商业经济与管理*, 7(7), 30-36.
- 王雁飞, 朱瑜. (2012). 组织社会化与员工行为绩效——基于个人—组织匹配视角的纵向实证研究. *管理世界*, (5), 109-124.
- 王震, 仲理峰. (2011). 领导-成员交换关系差异化研究评述与展望. *心理科学进展*, 19(7), 1037-1046.
- 严鸣, 涂红伟, 李骥. (2011). 认同理论视角下新员工组织社会化的定义及结构维度. *心理科学进展*, 19(5), 624-632.
- 姚琦, 乐国安. (2011). 企业新员工工作期望与组织社会化早期的适应: 领导—部属交换的调节作用. *南开管理评论*, 14(2), 52-60.
- 尤佳, 孙遇春, 雷辉. (2013). 中国新生代员工工作价值观代际差异实证研究. *软科学*, 27(6), 83-88, 93.
- 赵国祥, 王明辉, 凌文铨. (2007). 企业员工组织社会化内容的结构维度. *心理学报*, 39(6), 1102-1110.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). Organizational socialization tactics: A longitudinal analysis of links to newcomers' commitment and role orientation. *Academy of Management Journal*, 33(4), 847-858.
- Ashforth, B. (2000). *Role transitions in organizational life: An identity-based perspective*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bauer, T. N., Bodner, T., Erdogan, B., Truxillo, D. M., & Tucker, J. S. (2007). Newcomer adjustment during organizational socialization: A meta-analytic review of antecedents, outcomes, and methods. *Journal of Applied Psychology*, 92(3), 707-721.
- Bauer, T. N., & Green, S. G. (1998). Testing the combined effects of newcomer information seeking and manager behavior on socialization. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 72-83.
- Bradt, G. B., Check, J. A., & Pedraza, J. E. (2011). *The new leader's 100-day action plan: How to take charge, build your team, and get immediate results*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Brewer, M. B., & Gardner, W. (1996). Who is this "we"? levels of collective identity and self representations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(1), 83-93.
- Chan, D., & Schmitt, N. (2000). Interindividual differences in intraindividual changes in proactivity during organizational entry: A latent growth modeling approach to understanding newcomer adaptation. *Journal of Applied Psychology*, 85(2), 190-210.
- Chao, G. T., O'Leary-Kelly, A. M., Wolf, S., Klein, H. J., & Gardner, P. D. (1994). Organizational socialization: Its content and consequences. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 730-743.
- Crant, J. M. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*, 26(3), 435-462.
- Griffin, A. E. C., Colella, A., & Goparaju, S. (2000). Newcomer and organizational socialization tactics: An interactionist perspective. *Human Resource Management Review*, 10(4), 453-474.
- Jokisaari, M., & Nurmi, J. E. (2009). Change in newcomers' supervisor support and socialization outcomes after organizational entry. *Academy of Management Journal*, 52(3), 527-544.
- Jones, G. R. (1986). Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers' adjustments to organizations. *Academy of Management Journal*, 29(2), 262-279.
- Kammeyer-Mueller, J., Wanberg, C., Rubenstein, A., & Zhaoli, S. (2013). Support, undermining, and newcomer socialization: Fitting in during the first 90 days. *Academy of Management Journal*, 56(4), 1104-1124.
- Lance, C. E., Vandenberg, R. J., & Self, R. M. (2000). Latent growth models of individual change: The case of newcomer adjustment. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 83(1), 107-140.
- Li, N., Harris, T. B., Boswell, W. R., & Xie, Z. (2011). The role of organizational insiders' developmental feedback and proactive personality on newcomers' performance: An interactionist perspective. *Journal of Applied Psychology*, 96(6), 1317-1327.
- Louis, M. R. (1980). Surprise and sense making: What newcomers experience in entering unfamiliar organizational settings. *Administrative Science Quarterly*, 25(2), 226-251.
- Miller, V. D., & Jablin, F. M. (1991). Information seeking during organizational entry: Influences, tactics, and a model of the process. *The Academy of Management Review*, 16(1), 92-120.
- Morrison, E. W. (1993a). Longitudinal study of the effects of information seeking on newcomer socialization. *Journal of Applied Psychology*, 78(2), 173-183.
- Morrison, E. W. (1993b). Newcomer information seeking: exploring types, modes, sources, and outcomes. *Academy of Management Journal*, 36(3), 557-589.
- Ostroff, C., & Kozlowski, S. W. J. (1992). Organizational socialization as a learning process: The role of information acquisition. *Personnel Psychology*, 45(4), 849-874.
- Reichers, A. E. (1987). An interactionist perspective on newcomer socialization rates. *Academy of Management Review*, 12(2), 278-287.
- Schein, E. H. (1968). Organizational socialization and the profession of management. *Industrial Management Review*,

- 9(2), 1–16.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33(1), 1–39.
- Taormina, R. J. (1994). The organizational socialization inventory. *International Journal of Selection and Assessment*, 2(3), 133–145.
- van Knippenberg, D., van Knippenberg, B., de Cremer, D., & Hogg, M. A. (2004). Leadership, self, and identity: A review and research agenda. *Leadership Quarterly*, 15(6), 825–856.
- Van Maanen, J., & Schein, E. H. (1979). Toward a theory of organizational socialization. *Research in Organizational Behavior*, 1, 209–264.
- Vancouver, J. B., Tamanini, K. B., & Yoder, R. J. (2010). Using dynamic computational models to reconnect theory and research: Socialization by the proactive newcomer as example. *Journal of Management*, 36(3), 764–793.
- Wanberg, C. R., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2000). Predictors and outcomes of proactivity in the socialization process. *Journal of Applied Psychology*, 85(3), 373–385.
- Wang, P., & Rode, J. C. (2010). Transformational leadership and follower creativity: The moderating effects of identification with leader and organizational climate. *Human Relations*, 63(8), 1105–1128.
- Watkins, M. D. (2003). *The first 90 days: Critical success strategies for new leaders at all levels*. New York: Harvard Business Review Press.

An Interactionist and Dynamic Research on Employee Socialization Process

LI Chaoping¹; SU Qin²; SONG Zhaoli³

(¹ School of Public Administration and Policy, Renmin University of China, Beijing 100872, China)

(² Department of Management, The Chinese University of Hong Kong, Hongkong, China)

(³ School of Business, National University of Singapore, Singapore 119077, Singapore)

Abstract: Three longitudinal studies are incorporated to explore the dynamic and interactive processes of organizational socialization. First, the communication process between employees and their supervisors will be captured through ESM cell phone data collection design, for a period of one week during the first three months. Second, the dynamics of organizational socialization will be explored through three months, one-week interval longitudinal study which will record information from both employees and their supervisors. Third, impact factors on organizational socialization as well as the effect of organizational socialization will be explored in a one year, three-month interval study. Findings from these longitudinal studies will provide greater insights on the dynamics and interactional perspective of the socialization process.

Key words: interactionist perspective; organizational socialization; transformational leadership; proactive personality; experience sampling method