

中国背景下组织认同的结构

—— 一项探索性研究

孙健敏 姜铠丰

提要: 本研究是一项质性研究。通过访谈法、类属分析和德尔菲法等对中国背景下组织认同的维度进行探究。本文得出以下结论: (1) 中国背景下组织认同的结构包括以下 9 个维度: 归属感、身份感知、成员相似性、个体与组织的一致性、组织吸引力、组织参与、感恩与效忠、人际关系、契约关系; (2) 本研究得出的前 6 个维度与西方的研究是相似的。这 6 个维度基本能够涵盖现在西方研究中已经提出的组织认同的维度, 并且在中国文化背景下有存在的价值和特殊意义; (3) 本研究得出的后 3 个维度是中国背景下组织认同所特有的维度, 具有不同于西方的特殊意义。

关键词: 组织认同 社会认同

一、研究背景

在过去的 30 年里, 组织认同已经成为组织行为学研究中的一个重要变量, 得到了越来越多的学者的关注 (Pratt, 1998; Rousseau, 1998)。认同对个体、群体和组织层面的变量都会产生影响, 以往的研究已经表明组织认同与员工绩效和组织公民行为都呈现正相关关系, 与离职意愿和人员流动呈负相关关系 (Abrams et al., 1998; Bartel, 2001, Bhattacharya et al., 1995; Mael & Ashforth, 1995; Pratt, 1998; Tyler, 1999; Van Knippenberg, 2000; Wan - Huggins et al., 1998)。 *Academy of Management Review* 还特地出版专刊和专著来对组织认同问题进行探讨 (Albert et al., 2000), 可以看出组织认同这一议题的重要性和广大学者对它的关注。

然而, 虽然学术界已经有很多关于组织认同的原因和后果变量的实证研究, 但对于组织认同这一概念本身进行的研究却不多, 组织认同还没有成为一个被普遍接受的概念 (Jackson, 2002)。那么, 组织认同到底包含哪些内容? 它是一维的概念还是多维度的概念? 如果是多维

的,包括哪些维度?怎样对其进行概念化或给这些维度一个合适的名称?这些维度之间的相互关系又是怎样的呢?这些重要的理论问题的提出,开始引导一些学者对组织认同这一概念本身进行深入分析和研究(Jackson, 2002; Smidts, Pruyn & Van Riel, 2001; Van Dick, Wagner, Stellmacher & Christ, 2004),但尚未达成一致的结果。

尽管有学者对组织认同与组织承诺这两个概念从实证研究上进行了区分(Mael, 1988; Van Knippenberg & Sleebos, 2006),但关于组织认同与其相关概念之间的区别与联系一直是研究者们关心的问题。其中争议较多的是组织认同与组织承诺的区别与联系。这两个概念分别强调了什么内容?它们在内涵上到底是相互区别还是相互包含?在实证研究上是否真的可以明确区分?这些问题也都没有得到一致的结论。

西方的组织认同研究尚不能得出一个统一的概念,我们对在全球背景下的组织认同知道的就更少了。现有的组织认同概念及其相关量表都是西方学者用西方的样本在西方的社会文化背景下发展出来的,除了台湾学者郑伯埙等人(徐玮伶、郑伯埙, 2003; 徐玮伶、郑伯埙, 2002; 赖志超、郑伯埙、陈钦雨, 2001)的研究之外,以中国人为样本的组织认同研究几乎没有,对中国背景下组织认同这一概念本身进行的研究更少见。因此,我们不知道在这些西方文献中发现的组织认同维度是否在中国的文化背景下也同样适用,我们也不知道中国背景下组织认同的内容和结构是否存在特殊性。

针对这些疑问,本研究试图对中国背景下组织认同的结构进行探索性研究。我们从传统文化、经济制度和现实状况三个方面进行综合分析和思考后得出结论:这样的探索性研究是非常必要的。

第一,家族文化的权威性和强调人际关系是中国文化的重要特征,并会影响到中国社会背景下员工的组织认同。首先,传统中国式家族的父子关系是极度权威的,父亲的权力是绝对的,而对父母之命无条件的遵守也一向被视为是做子女天经地义的本分。这种浓厚的权威性色彩很明显地反映在文化的其他层面中,如,政治思想中的“君权”观念,对传统的重视等,都是这一特点的表现;而在组织中,这一特点则表现为对领导人如家长般的效忠(Chen, Tsui, & Farh, 2002),或家长式领导(Farh et al., 2000)在中国组织中的盛行。这种忠于领导而不是忠于组织的现象有别于西方社会,会影响到员工对组织的认同,可能隐含着中国背景下组织认同的独特之处。其次,中国社会强调关系(杨国枢,

1988)。在家文化的影响下,中国社会强调关系的和谐,因此中国人的自我可以说是“关系性自我”。它并不强调自主性,而是从和他人的关系中获得对自我的定义,可以说是情景下的自我(situated-self)。在他人关系中的自我是了解中国人关系主义的一个关键性概念(Hwang, 2001),而与他人的交往而产生的关系性认同,有可能成为中国人组织认同的一个重要现象。

第二,计划经济时期劳动力的统一分配制度会对员工的组织认同产生重要影响。这一制度的存在曾经一度使中国员工在进入组织的时候没有选择权(Walder, 1983)。所谓的组织成员身份在很大程度上是被外界强加(imposed)的,这种强加的身份必然会对员工的组织认同产生影响。尽管近年来政府在很多方面放宽了对企业和员工的控制,但这一影响已经成为中国社会的一代人的集体无意识,也可以说是一种心理定势,在一定时期内仍将持续存在,尤其是对于国有企业的员工而言,更是如此。此外,中国人往往习惯于把自己的工作组织称之为“单位”,显示出中国社会结构的特殊性。社会各阶层人们的社会行为,通过组织功能多元化的特殊社会方式,逐一整合到一个个具体的社会组织即“单位”之中;而“单位”则代表他们的利益,满足他们的基本需求,给予他们社会行为的权利、身份和地位,左右和控制他们的行为。单位通过为其成员提供各种各样的社会服务来满足单位成员基本物质的、精神的、政治的、文化的等各方面的需求,最终形成单位成员对单位组织的高度依赖(李汉林、李路路, 1999)。因此,组织的含义在中国具有一定的特殊性,也有可能导致中国背景下组织认同的特殊性。

第三,当我们用西方已有的问卷对中国员工的组织认同进行测量的时候,发现有很多题目在中国背景下是不容易理解的(Cheney, 1983; Jackson, 2002; Mael & Ashforth, 1992)。通过对这些题目进行问卷调查或访谈,我们发现题目本身在语义上就存在着不易被理解的地方,如果用这样的问题去对中国员工的组织认同维度进行实证性的研究,其结果的有效性是值得商榷的。

鉴于以上的分析,本研究认为中国背景下的组织认同可能不会与西方文献中的界定完全一致,而通过现有的问卷对中国员工的组织认同进行调查也存在不妥之处,因此,有必要对中国背景下组织认同的结构进行探索性研究。那么中国背景下组织认同的内涵是什么?它又究竟包含哪些维度呢?这正是本研究的问题所在。

二、理论回顾

(一)组织认同的概念本质

组织认同是社会认同的一种特殊形式(Ashforth & Mael, 1989)。最初,福瑞德(Freud)把“认同”仅仅局限于“一个人对另一个人的情感联系”,后来拉斯韦尔(Lasswell)把认同的概念扩大到更广的范围(Gautam et al., 2004)。随后,认同这一概念被用于组织认同(Patchen, 1970)。由于研究观点的分歧,相关文献中对组织认同的定义很不一致。帕宸(Patchen, 1970)的认同理论认为,组织认同是与其他成员有共享目标或经验、有团结感和作为组织一份子的感觉,以及组织成员彼此相互支持与彼此忠诚。切尼(Cheney, 1983)在帕宸的基础上开发了组织认同问卷(OIQ),从情感依附、对组织的忠诚和组织成员与组织的相似性三个方面对组织认同进行了测量。此后,随着社会认同理论(Tajfel & Turner, 1986)和自我分类理论(Turner et al., 1987)的出现,许多学者开始从另外一个角度对组织认同进行定义和操作化,比如阿什福斯和梅尔(Ashforth & Mael, 1989, 1992)认为:“组织认同是社会认同的一种特殊的形式,是个体根据某一特定的组织成员身份对自我进行定义的一种状态,或是一种归属于群体的知觉”。此外,还有其他一些学者也给出了组织认同的定义,比如奥瑞里和查特曼(O'Reilly & Chatman, 1986)将个人与组织之间的连结关系视为个人对组织的心理依附,他们根据凯尔曼(Kelman, 1958)的自我态度改变理论,将这种心理依附分为了由潜至深的三个层次,分别为顺从、认同和内化,而认同是指个人相信并且信服组织的价值观,并且个人会因为成为组织的一份子而感到光荣。台湾学者徐玮伶、郑伯坝(2002)在对西方关于组织认同的研究进行评述的基础上,也提出了自己的定义:组织认同是个体定义自我的一种过程与结果,个体藉由归属组织的过程,使自我概念与组织认定发生连接,并因而产生了分类的效果。到目前为止,至少有10种组织认同的定义(见表1)。

本研究认为,以往文献中出现的组织认同的定义之所以如此繁多且差异较大,是由于他们各自遵循的理论基础是不同的。实际上,在阿什福斯和梅尔(Ashforth & Mael, 1989)把社会认同理论引入到组织情境之前,对于组织认同的研究一直缺乏明确的主线和相应的理论支持。

尽管如此,在这些不同的定义中,基本上可以找到两个潜在的概念,一个是认同具有归属的感觉,另一个则是认同与自我概念有关,而这两点也将成为本研究所重点强调的内容。

表 1 研究者对组织认同的定义

研究者	定 义
Patchen (1970)	认同是与其他成员有共享目标或经验、有团结感和作为组织一份子的感觉,以及组织成员彼此相互支持与彼此忠诚。
Lee (1971)	组织认同是个人对组织的一种广泛认同的程度,总得来说它意味着一种归属、忠诚或者共有特征的程度。
Cheney (1983)	对组织等群体的认同,是个体主动将自己与社会情境中的元素连结的过程,包含了情感依附、对组织的忠诚和组织成员与组织的相似性。
O' Reilly & Chatman (1986)	组织认同是指个人相信并且信服组织的价值观,并且个人会因为成为组织的一份子而感到光荣。
Ashforth & Mael (1989, 1992)	人们以组织成员的身份定义自我的一种状态,或是一种属于群体的知觉。
Aronson (1992)	认同是个体对社会影响的一种反应,而此反应来自于个体想要变得和影响者一样。
Dutton, et al. (1994)	当个体的自我概念中所拥有特质与其所知觉的组织认定或特质相同时,此种认知的连接称为组织认同。组织认同是组织成员根据他/她与组织相同的特质来定义自己的程度。
Pratt (1998)	当个体对组织的信念变成自我参照与自我定义时,认同就发生了。
Miller et al. (2000)	组织认同是指员工是否认为他/她是组织的一员,是否认同组织的使命、愿景、价值观和目标,决策的时候是否会考虑到组织的利益。
Knippenberg & Schie (2000)	个体将自我定义成某一个群体的成员,而且将群体中特有的特征归于自己身上,并将自己与其他群体成员区分开来,认为自己与内群体成员有着共同的特征。
徐玮伶、郑伯坝 (2002)	组织认同是个体定义自我的一种过程与结果,个体藉由归属组织的过程,使自我概念与组织认定发生连接,并因而产生了分类的效果。

注:本文作者修改自徐玮伶、郑伯坝(2002)。

此外,我们从表 1 列出的定义中还能够发现另外一个问题,也就是组织认同在概念上与组织承诺(organizational commitment)存在一定的重叠。而对这二者的区别与联系进行探讨,也将有助于加深我们对这一概念的理解。

在文献回顾中,我们发现有些学者把认同等同于承诺,而有些学者却认为这二者是相互区别的概念(Wiener, 1982; Van Dick, 2001, 2004; Van Dick et al., 2002; Van Knippenberg & Sleebos, 2006)。在这里我们将主要针对二者的区别进行讨论。

第一,虽然组织承诺和组织认同,尤其是情感承诺和组织认同在概念上有所重叠,但是阿什福斯和梅尔(Ashforth & Mael, 1989)从理论上对这两个概念进行了区分。根据他们的观点,组织认同涉及到对自我的定义,而承诺则不具备这层含义,这是二者最本质的区别。也就是说,组织认同能够帮助个体回答“我是谁?”从而反映了个体对某一个组织的一致性和归属感,而个体也会根据自己的组织成员资格来对自己进行定义(Mael & Ashforth, 1992)。

第二,根据社会认同理论(Tajfel & Turner, 1986)和自我分类理论(Turner et al., 1987)的观点,个体对组织的认同具有高度的灵活性,与外群体的显著性和个体存在的情境有关。个体会同时具有多个组织认同,在某些情境下,个体的某个组织认同会凸现出来,会对个体的行为产生较大的影响;而在某些情境下,特定的组织认同可能也不会那么明显(Wagner & Ward, 1993; Pratt, 2001)。然而组织承诺被看成是一种态度,一旦形成了,就相对稳定和持久。

第三,组织认同和组织承诺有着不同的来源(Pratt, 1998)。组织认同是在个体感知到与组织的相似性和共同命运的基础上发展起来的权变的概念(Mael & Ashforth, 1992),强调个体在多大程度上根据组织来对自己进行定义;而承诺是基于个体与组织之间的交换关系而发展起来的。由于这二者发展的渊源不同,因此它们在概念上也存在差别。一个对组织高度认同的个体,即使没有强制的规范要求他去怎样做,他也会按照组织的规范和价值观来进行思考和行动,因为他已经把组织的规范和价值观转化成其自我概念的一部分了。而另一方面,一个对组织有承诺的个体,则会更多的按照工作要求和上司的控制来行动(Pratt, 2000)。

第四,从组织承诺的定义来看,组织承诺含有个体具备“维持作为组织成员的想法”(Porter, Steers, Mowday & Boulian, 1974),这种想法是存在物理上的接近性的。也就是说,只有个体真正隶属于组织的时候,才有组织承诺发生;而当个人离开组织时,就不能再认为他对组织具有承诺了。但是依循社会认同理论的视角,即使没有互动,没有从属关系发

生, 没有物理上或实质上的联系发生, 组织认同也会存在 (Dutton et al., 1994), 从这样一个观点出发, 我们可以想象, 即使一个人独自工作, 或者离开他所在的组织, 但是他依然有可能对这个组织是高度认同的, 比如学生毕业之后也会经常以校友自居。

通过以上的讨论我们可以看出, 以往研究中对组织认同的定义存在不一致的意见, 组织认同和组织承诺之间的区分也是以往研究的焦点。但总体而言, 组织认同是从社会认同的角度对个体和组织间的关系进行探讨, 它强调组织成员身份对于个体自我概念的影响, 强调个体对组织的归属感和与组织的一致性。同时, 组织认同是个体寻求自我概念的一个过程, 而不仅仅是一种态度或一种状态。

(二) 组织认同的维度

通过回顾以往的研究我们可以发现, 除了个别学者认为组织认同是一维构念以外, 大多数学者都认为组织认同是一个多维的构念。表 2 和表 3 分别对关于组织认同维度的理论和实证研究结论进行了总结, 我们发现虽然不同的研究对于组织认同的维度在表述上存在一定的差异, 但总的来说存在一定程度上的一致性, 基本上都可以归入认知、情感、评价和行为这 4 个维度。

1. 认知维度

表 2 和表 3 中所有列出的研究者们都认为, 组织认同这一构念应该包含认知的维度。

从社会认同理论的观点来看, 认知维度应该是组织认同的必要的的基本维度, 塔什费尔 (Tajfel) 把它定义为“个体对属于某一群体的认识”。从逻辑关系上来讲, 一个人必须先意识到某个组织的存在 (无论是心理上的还是实际存在的), 而且认识到自己是这个组织中的一员, 然后这个组织才能按照社会认同理论所假设的那样, 为个体的自我概念提供支持, 在此基础上, 个体才能够依据这一成员身份对组织产生情感依附和价值评价。杜克斯 (Deaux, 1996) 认为, 组织认同的认知成份不仅包括了自我归类的过程 (即, 我是这个组织的一员), 而且还包括了对属于这个组织的意义的分析 (即, 成为组织的一员意味着什么?)。

认知过程的去人格化 (depersonalization) 一直以来都是自我分类理论的核心内容 (Turner, 1987)。杰克逊和史密斯 (Jackson & Smith, 1999) 把它作为组织认同的一个维度, 这个过程是个体把群体的某些特征归

于自己身上,把个体的“我”变成集体的“我们”的过程(Brewer & Silver, 2000)。根据情境的不同,个体会对单一的个体或者某一个组织的成员的身份进行选择。

表 2 组织认同维度的理论研究

研究者	认 知	情 感	评 价	共同命运/行为
Tajfel (1981)	对群体成员资格的认识	群体成员资格的情感意义	群体成员资格的价值	
Ashforth & Mael (1989)	对组织成员身份的认知			
Phinney (1990)	自我定义	归属于某一群体的感觉	对群体积极或消极的态度	群体参与
Deaux (1996)	认知方面(自我分类和关于类别的看法)	情感方面(强烈的感觉和评价)		相互作用和相互依赖
Jackson & Smith (1999)	去人格化对群际环境的知觉	内群体的吸引力		相互依赖的信仰或共同命运
Brewer & Silver (2000)	自我分类 / 去人格化	关心组织福利的动机		信任与相互依赖

表 3 组织认同维度的实证研究

研究者	认 知	情 感	评 价	共同命运/行为
Karasawa (1991)	对成员身份的认同	对组织内其他成员的认同		
Mael & Ashforth (1992)	对组织成员身份的认知			
Smidts (2001)	对组织成员身份的认知			
Mael & Tetrick (1992)	共享的特征	共享的经历		
Ellemers (1999)	自我分类	对群体的承诺	群体自尊	
Jackson (1999)	群际差异	内群体的吸引力	对群际环境的感知	内群体的相互依赖
Jackson (2002)	自我分类	情感联系	内群体的吸引力	
Van Dick (2004)	对特定组织的认知	对组织的情感依赖	内外部赋予组织的价值内涵	个体选择的行为

根据自我分类理论,对其他组织的认识也是组织认同的认知维度的一个重要方面,正如特纳(Turner, 1987)对群体认同的定义:“对自我和其他相类似的个体进行认知上的分组,以此来把自己和其他群体的成员区分开”。意识到其他组织的存在之后,个体会发现自己组织内部成员间的相似性更加明显。因此,相比较其他组织而言,组织的内部成员会认为他们彼此之间是具有相似性的,或者在某些方面看起来是一样的,而在内部成员眼里,其他组织的成员似乎看起来也都是差不多的。这就类似于中国人看外国人的时候,会觉得外国人都长得差不多;而反过来外国人看中国人的时候,也会觉得中国人都长得差不多。

在实证研究方面,认知维度的存在也得到了充分的证明。梅尔和泰特里克(Mael & Tetrick, 1992)、艾尔莫斯和杰克逊(Ellemers & Jackson, 1999, 2002)的研究中,都有相应的题目来对认知情况进行测量,这些认知情况包括了上面提到的:群体的存在、内部同质性、去个人化外部群体的存在等。虽然不同学者采用的题目不同,而且对这一维度的命名也不完全一致,但基本上都可以归到认知维度中来。

2. 情感维度

表2和表3中,除了阿什福斯和梅尔(Ashforth & Mael, 1989, 1992)等人的研究以外,其他学者都提出了组织认同的情感维度。

塔什费尔(Tajfel, 1981)在对社会认同的定义中指出了“依附于成员资格的情感意义”,是指由成员身份所带来的对群体的情感。杜克斯(Deaux, 1996)认为这种情感意义就是指情感认同的成份,是个体对群体正面的态度和评价,包括了对群体的强烈感觉、群体凝聚力以及集体的自尊等内容。这些内容在杰克逊和史密斯(Jackson & Smith, 1999)的研究中被认为是内群体对成员的吸引。

在实证研究方面,杰克逊(Jackson, 1999)、艾尔莫斯(Ellemers, 1999)等都测出了组织认同的情感维度,并将其命名为情感认同或情绪认同。这一维度基本上反映了对成员资格的满意程度和对群体的归属感。梅尔和泰特里克(Mael & Tetrick, 1992)将这一因素命名为“共享的经历”,其中的题目反映了个体由于和组织之间的联系而产生的情感。在杰克逊(Jackson, 2002)的研究中,情感维度和共同命运落到了同一个维度里,包括了团结精神、情感反应和与群体成员共同工作等内容,他把这个维度命名为情感联系。

3. 评价维度

表2和表3显示,只有少数学者明确指出了组织认同中的评价维度。塔什费尔(Tajfel, 1981)对评价成份的定义为“对群体或者对于成员资格的积极或消极的评价”。菲尼(Phinney, 1990)的评价维度是指“对内群体的正负面的态度”,包括了以内群体而自豪、对内群体满意,还有与内群体相关的一些积极或消极的感觉,如高兴、激动、自大和失败等等。

艾尔莫斯(Ellemers, 1999)、杰克逊(Jackson, 2002)和万迪克(Van Dick, 2004)的实证研究都得出了组织认同的评价维度,反映了对依附于成员身份的价值评价、他人对内群体的评价、自豪和满意程度等等。

尽管在实证研究中,情感维度和评价维度的区分已经得到了证明,但是从二者的定义和包含的具体内容来看,存在很多相似的地方,其界定还不够明确。

4. 共同命运/行为维度

虽然塔什费尔没有把“共同命运”作为群体认同的一个维度明确地提出,但是他认为这部分内容也是重要的,他指出“相互依赖的命运是群体认同发展的发源地”(Tajfel, 1981)。杜克斯(Deaux, 1996)、杰克逊和史密斯(Jackson & Smith, 1999)、布莱威尔和塞尔沃(Brewer & Silver, 2000)都认为,共同命运是群体认同的组成部分,或与群体认同密切相关。菲尼(Phinney, 1990)提出了一种“结合的感觉”,这其中包括,依附的感觉、共同命运、关心内群体、认为内群体是重要的,等等。布莱威尔和塞尔沃(Brewer & Silver, 2000)也指出,群体认同改变了群体成员间的情感联系,增加了对于相互依赖和共同命运的感知。

杰克逊(Jackson, 2002)在文献整理的过程中总结出“共同命运”这一维度,但是在他自己的研究中,原本用来测量共同命运这一维度的题目,在验证性因素分析中与情感成份的题目合成了一个维度。而万迪克(Van Dick, 2004)认为,“共同命运”这个维度可以成为组织认同的行为维度,在他自己的研究中,他采用“我支持我的组织”这一题目对其进行测量,并在验证性因素分析中得出了这一维度。

综上所述,我们可以得知,组织认同是一个多维度的构念。认知维度是组织认同的基本的、同时也是必要的维度,这一点已经得到学者们的普遍认可;情感维度和评价维度的存在也得到了一些学者的认可和支持,但两者在一定程度上存在混淆,界定还不够明确;行为维度方面的研究相对较少,但其重要作用已经得到学者们的认可,即使不是组织认同的维度,也是与组织认同密切相关的前因和结果变量。

国内还没有学者从社会认同理论的角度对组织认同的维度进行研究,正如我们在前面提到的,由于传统文化、经济制度和实际情况等多方面的原因,中国背景下组织认同的维度可能不会与西方文献中的答案完全一致。

三、研究方法和研究步骤

本研究是一项定性研究,采用了访谈法、类属分析和德尔菲法,分4个阶段来进行。

(一)样本选择

本研究的样本来自于中国的一家大型通信服务集团的省份公司,该公司成立于1999年。2005年该省公司的运营收入是58.1亿,在全国31个省公司中排名17位,在本地市场的份额达到48.1%。该公司共有15个部门,16个州、市分公司,129个县、市、区分公司。

本研究的访谈工作主要在该公司的省部机关进行。省部机关共有员工964人,其中包括了正式签约员工和劳务派遣制员工。本次访谈共涉及到公司员工122名,其中公司高层经理4人、二级经理13人,三级经理29人,基层员工76人。其中男性占71.3%,女性占28.7%。从在公司的工作年限来看,28.7%的员工在公司工作不到2年(含2年),有33.6%的员工在公司工作2—5年(含5年),有37.7%的员工在公司工作5—10年(含10年)。从职能构成上来看,访谈样本基本涵盖了各个部门,如市场部、综合部、计划部、数据业务中心、网络部、采购部、财务部、人力资源部、党群工作部等部门。

(二)信息搜集

本研究主要采用访谈法来收集信息。在具体操作中,访谈分为深度访谈和焦点团体访谈两种方式。

对于三级经理以上的管理人员,我们主要采用一对一深度访谈的方式进行,采用半结构化的访谈方式。我们对每名被访者的访谈时间控制在60—90分钟。访谈内容包括两个方面:首先,请被访者简单介绍一下个人的基本情况(包括个人的职业经历、目前所在的部门、主要

工作职责等)作为访谈的切入点;然后,研究者围绕组织认同的内涵向被访者提问,要求被访者给出具体的行为表现。根据前文对西方组织认同内涵的回顾,组织认同是从社会认定的角度对个体和组织间的关系进行探讨,它强调组织成员身份对于个体自我概念的影响,强调个体对组织的归属感和与组织的一致性。本研究在此基础上对具体的访谈问题进行了细化。具体的访谈问题如下:

1. 您会从内心把自己当成是这个组织的人吗?为什么?
2. 哪些东西会让您对这个组织有一种归属感?
3. 您觉得哪些行为或事情会意味着您和这个组织是合二为一的?

对于基层员工的访谈,我们除了采用一对一的深度访谈之外,还组织了6组焦点团体访谈。在这种访谈中,访谈的问题通常集中在一个焦点上,研究者组织一群参与者就这个焦点进行讨论。这种访谈不仅可以为研究者提供每一位参与者个人的意见,而且可以提供在特定情境下特定社会公众对于特定事物的集体性解释。参与者相互之间的激励和刺激是产生思想和情感的主要手段(陈向明,2000)。在本次的访谈中,我们将每组访谈人数控制在6—8人,访谈时间控制在90—120分钟。访谈内容依然分为两个主要的方面:首先是以访谈者和被访者之间的自我介绍作为开场白;然后我们围绕组织认同进行提问,让被访者展开讨论,在讨论过程中对他们进行引导,并促进相互间在思想上的碰撞与冲击。访谈的具体问题与深度访谈的题目相同。

(三)访谈资料的初步整理与分析

访谈记录的整理和分析采用类属分析的方法来进行。

首先,我们将访谈的原始记录输入计算机。第二步,我们从访谈的原始记录中提炼出具体的行为事件和行为描述,共191项,其中对组织认同的正向描述为160项,负面描述为31项,最终形成项目库。从原始记录中提炼出具体的行为事件和行为描述,实际上是在完成一个对访谈资料进行编码(coding)的过程,只不过在本研究中,编码不是以概化以后的短语的形式出现,而是直接以行为事件和行为描述的方式出现。在从原始记录中提炼项目的时候,我们遵循4个标准:第一,该项目必须有明确的中文含义;第二,该项目必须是在访谈中围绕组织认同而展开的内容;第三,该项目是指向员工的具体行为事件和行为描述的;第四,不同项目表达的意思尽可能不重复。樊景立等人(2005)在对

中国背景下组织公民行为的概念范畴进行研究时曾采用了类似的方法,不过在他的研究中收集信息的方式是开放式问卷而不是访谈。第三步,对项目的归类。“归类”指的是将相同或者相近的资料整合在一起的过程(陈向明,2000)。资料的归类采用类属分析的方法进行。类属分析是在资料中寻找反复出现的现象,以及可以解释这些现象的重要概念的一个过程。在这个过程中,具有相同属性的资料被归入到同一个类别,并且以一定的概念命名。孙健敏和焦长泉(2002)对管理者绩效结构的研究,以及樊景立等(2005)对组织公民行为的研究中都用了这种方法。在本研究中,我们邀请了5位人力资源管理专业的硕士研究生组成了一个5人小组,根据内容对191个项目进行分类。在分类的过程中我们发现,第二步提炼出来的项目中有意思相近的项目,经过删减剩下187个项目。经过几轮反复推敲,最终达成一致,将所有的187个项目分别归入相互独立的17个类别当中。在本研究中,我们对资料的归类并非是组织认同最终的归类,而是尽量按照相同含义的标准进行初步归类,进一步的归类留在下一步进行。

(四)评分者信度检验

为了验证指定类别的效度,我们邀请了另外3名人力资源管理专业的硕士研究生对上述类别的划分进行评判。经过培训,他们了解了研究的背景并熟悉了每个类别的定义,而且练习了将一些范例归入相应的类别中。

培训结束后,他们将187个项目分别归入17个类别中。分类的过程由3人独立进行,因此会出现四种可能的结果:第一,一致同意,即3人都把该项目归入指定的类别;第二,2人同意,即3人中有2人把该项目归入指定的类别;第三,1人同意,即3人中只有1人将该项目归入指定的类别;第四,无人同意,3人中没有一个人将该项目归入指定的类别。我们对分类结果进行了统计,有96个项目得到了一致同意的结果,有66个项目得到了2人同意的结果,有25个项目得到了1人同意或无人同意的结果。本研究将得到一致同意或2人同意的结果保留下来。最后,总共保留了162个明确的项目进入下一轮的分析。

(五)形成组织认同的维度

17个类别的体系按照科学概括性标准是不够完善的。因此,在这

一阶段,我们采用德尔菲法进行最终的分类。德尔菲法可以充分发挥各位专家的作用,集思广益,同时能在一定程度上避免研究者个人意见的影响。本研究的专家组成员共有5位,他们均为人力资源管理及相关专业毕业,目前就职于大型国有企业或国家部委,参加工作的时间为2—3年,具有一定的工作经验。

在该阶段,我们要求专家组成员按照自己的标准对17个类别进行进一步分类,并提出分类标准,不断反复,直到得到一致分类。我们向所有专家提出进一步归类的要求,并提供有关这个问题的所有背景材料,然后由专家做书面答复。各位专家根据他们所收到的材料,提出自己的分类意见,并说明自己是怎样利用这些材料进行分类的。我们将各位专家第一次分类的意见进行汇总后,再发送给各位专家,让专家比较自己同他人的不同意见,修改各自的意见和判断;尔后,再将所有专家的修改意见汇总收集起来,再次发送给各位专家,以便做第二次修改。在向专家进行反馈的时候,只给出各种意见,并不说明发表各种意见的专家的具体姓名。经过两轮意见反馈以后,专家在分类标准上基本达成了一致,从而得到了组织认同的维度。

四、研究结果

(一)登录和类属分析结果

经过对搜集到的资料进行登录和采用类属分析对资料进行初步归类,本研究得出了一个中国背景下组织认同的类属清单,共包括以下17个维度(见表4)。

从类属分析得出的结果来看,本研究得出的组织认同的17个维度基本上涵盖了西方文献中出现的维度,比如身份感知(Tajfel, 1981; Ashforth & Mael, 1989; Deaux, 1996; Jackson & Smith, 1999; Van Dick, 2004)、归属感(Phinney, 1990; Van Dick, 2004)、相似性(Dutton, et al., 1994; Jackson & Smith, 1999; Brewer & Silver, 2000)、一致性(Miller et al., 2000)、群体自尊(Ellemers, 1999)、群体吸引力(Jackson & Smith, 1999; Jackson, 1999)、共同经历(Mael & Tetrick, 1992)、相互作用和相互依赖(Deaux, 1996; Jackson & Smith, 1999),等。而本研究得出的主人翁精神、同事情谊、感恩与效忠、人际信任、价值实现、群体凝聚力、契约关系等

是西方研究中所没有涵盖的。这些维度都体现了中国背景下的一些典型特征,进一步的比较与分析将在下一节的讨论与分析中进行。

表 4 类属分析的结果

序号	类别	释 义
1	归属感	能从组织中去寻找一种心灵的慰藉,把组织当成自己避风的港湾,是一种主动的自发的感情,而不是被动地感觉自己被接纳或认可。
2	主人翁精神	一种舍我其谁的感觉,把公司的事情就当成是自己的事情来做,对于来自公司内外部的批评和表扬都很在意。
3	同事情谊	同事之间有一种“你中有我、我中有你”的“自己人”的感觉,不分彼此,相互帮忙。
4	感恩和效忠	领导对组织成员的信任、关心和帮助,使其对领导感恩和忠诚。
5	价值实现	在工作中,能力能够得到展现,结果能得到及时回馈,能对未来发展做出预期。
6	组织便利	作为组织成员而享受到其他人所得不到的机会、权力和资源等。
7	相似性	组织的成员会发现他们在着装、举止、行为方式、处事态度等方面存在着相似的做法,强调个体之间的相似性。
8	身份感知	由于外部组织的存在而形成的对自己属于某一组织的认知,并以此为基础同组织外的成员进行交往。
9	组织魅力	组织在工作环境、福利待遇、社会声誉等方面对成员的吸引力。
10	人际信任	组织成员之间以人际关系为基础而产生的信任。
11	确定性	能够熟悉和获知组织中与自己相关的信息,对未来的情况有预期,不恐惧。
12	共享目标和经历	成员因经历过同样的事情而获得共同的出身和背景。
13	凝聚力	群体成员间相互团结、彼此合作、紧密联系。
14	自豪感	成员通过把自己归入这个组织而在内心感到自尊得以提升。
15	参与和投入	成员因参与组织活动而获得的一种“置身于组织”的感觉。
16	一致性	个人信仰、目标价值观与组织的一致性。
17	契约关系	由正式的劳动契约而带来的身份上的感知

(二)评分者信度检验的结果

在评分者信度检验部分,我们邀请了3名人力资源管理专业的硕士生根据类属分析的结果对原有的187个项目进行划分,最后保留了3人一致同意或2人同意的项目,共162项。

检验工作起到了两方面的作用:一是对项目库中列出的项目做了进一步的筛选,二是对类属分析得到的17个维度进行了检验。如果我们在类属分析中得出的维度结构不合理的话,那么在这一步归类的时候

候将会出现有的项目不属于任何维度的情况。但是在实际操作中,我们没有发现这种情况,这说明类属分析的结果具有一定的合理性。

(三)组织认同维度的形成

经过两轮专家意见反馈,最终达成共识,我们将17个类别归入了更宽泛、更抽象的维度当中,最终得到9个组织认同的维度。

1. 归属感(归属感和主人翁精神)

专家讨论的结果是将原来17个维度中的“归属感”和“主人翁精神”合并到了1个维度。专家组的成员们认为,无论是个体主动对组织的喜欢和依恋,还是个体对组织内外事务的关注,实际上都反映了一种组织成员以组织为“家”、归属于组织的情感。在这种情感的影响下,他们会把自己的情绪和行动依附于组织,当组织成功的时候会为组织感到高兴,而当组织势微的时候会为组织感到担忧,会为了组织发展而作出自己的贡献,同时也会在受到挫折时寻求组织的帮助。我们最终把这一维度命名为“归属感”。

2. 组织吸引力(组织便利、组织魅力和自豪感)

我们将原来17个维度中的“组织便利”、“组织魅力”和“自豪感(群体自尊)”合并成1个维度,命名为“组织吸引力”。在原来的维度划分中,组织便利强调了组织身份所带来的特权、资源、信息等,组织魅力强调了组织对于组织成员的吸引力,而自豪感强调了组织成员由组织身份所带来的自尊的提高,但实际上这3个维度都反映了同一层含义,即,和其他组织相比,现在的组织在某些方面对于个体来说是具有吸引力的,这种吸引力能够满足个体的需要,因而个体愿意以此组织的身份来对自己进行定义。

3. 组织参与(共享目标和经历、参与和投入、确定性)

我们将“共享目标和经历”、“参与和投入”和“确定性”合并为1个维度,命名为“组织参与”。在原来的划分中,“共享目标和经历”强调了个体由于参与过同样的事情而获得的一种共同的经历和背景;这种共同的经历会使得个体之间产生一定的情感联系,进而发展成对整个组织的认同。“参与和投入”也是指的组织成员对于组织活动的参与,只不过这种参与更注重表达个体由于参与而获得的组织对其的接纳。“确定性”则表达了个体对组织情境是否熟悉和了解,对于与自己相关的组织信息是否掌握。实际上这3个维度有着交叉的部分,它们都强

调了对个体对组织活动的参与,而正是这种参与建立了个体与组织之间的连结,于是我们将这3个维度合并在一起,称为“组织参与”。

4. 个体与组织的一致性(一致性和价值实现)

我们将原来分类中的“一致性”和“价值实现”合并成了一个维度,命名为“个体与组织的一致性”。在原来的分类中,“一致性”指的是个体的目标、价值观与组织相一致的程度,而“价值实现”是指个体的努力能否得到组织的认可,组织情境是否有利于个人未来的发展。实际上,后者所反映的也是个体的目标、信仰、价值观等与组织相一致的程度。因为,如果个人的努力不能得到组织的认可,或者组织不能满足个人未来发展的需要,那么就意味着现在的组织与个体是不匹配的,因此也就没有一致性可言。于是,我们将这2个维度进行了合并,称为“个体与组织的一致性”。

5. 人际关系(同事情谊、人际信任和凝聚力)

我们将原来维度中的“同事情谊”、“人际信任”和“凝聚力”合并成一个维度,命名为“人际关系”。我们认为,无论是“你中有我、我中有你”的同事情谊,还是以人际关系为基础的相互信任,抑或是成员间的相互吸引和相互团结,实质上都反映了一种以人际互动和人际关系为基础的组织氛围。这种氛围强调人际关系的和谐与统一,使得个体根据个体与个体之间的关系来对自己进行定义,从而形成对整个组织的认同。

6. 其他维度

除了以上维度的合并之外,剩余的“相似性”、“身份感知”、“感恩与效忠”、“确定性”和“契约关系”5个维度都得以保留。我们认为这几个维度的定义明确,边界清晰,内容独立,因此予以保留。其中“相似性”这一维度被改名为“成员相似性”,其他维度的名称没有发生变化。

通过两轮的德尔菲法,专家组成员最终将类属分析得到的17个维度合并成9个,分别为:归属感、组织吸引力、成员相似性、身份感知、组织参与、个体与组织的一致性、人际关系、感恩与效忠和契约关系。

专家组成员在对维度进行合并的时候参考了文献中已有的维度,因此在命名上与以往文献中出现的维度存在一定程度的吻合。而本研究的结果与西方研究的比较将在下一节中作进一步探讨。

五、分析与讨论

本研究得出了中国背景下组织认同的9个维度,通过与西方文献的比较,我们发现9个维度中有6个维度与西方研究的结果类似,我们把这6个维度称为“共同维度”;另外,有3个维度是西方文献中没有出现的,是具有中国特色的,我们将它们称之为“特殊维度”。

(一)共同维度

本研究得出的9个维度中,归属感、身份感知、成员相似性、个体与组织一致性、组织吸引力、组织参与6个维度是西方文献中已有的维度。

1. 归属感

徐玮伶和郑伯坝(2002)的研究指出,归属感和自我概念是西方组织认同的定义所强调的重点内容。如,李(Lee, 1971)在他的组织认同定义中就指出,认同是个体对组织归属的程度。阿什福斯和梅尔(Ashforth & Mael, 1989, 1992)也认为“组织认同是个体根据某一特定的组织成员身份对自我进行定义的一种状态,或是一种归属于群体的知觉”。菲尼(Phinney, 1990)在对青少年的种族认同的研究中也提到了认同包含了“归属于某一群体的感觉”。归属是人类的一种基本需求(Baumeister & Leary, 1995),而组织认同实际上是一种归属的过程(Pratt, 1998)。因此,当组织与组织成员所具有或所期待的相一致,而与自我概念产生和谐的连接作用时,个体的归属要求应该可以被满足,而其与组织或团体的互动关系会成为可以互相信赖的形式,并形成一种安全型的依附关系,此时,组织成员也将会对组织产生真正的认同(徐玮伶、郑伯坝, 2002)。

本研究也得出了归属感这个维度,而且从包含的项目数量来看是最多的。这说明在中国员工的组织认同中,他们很看重归属感的成份。中国背景下员工普遍受传统文化的影响而有着很浓厚的家庭情结,他们把对家的情感移植到组织中来,希望能够在组织中也获得一种家庭氛围;如果组织不能提供这种氛围,便会造成员工的惶恐与不安,进而造成员工个体在心理上的迷失、落寞和无所适从。另一方面,企业组织也经常提出“以厂为家”的口号,希望员工在工作中能发挥“主人翁精

神”。而有时候员工并不看重组织能给他带来多少荣誉和实惠,而更看重“归属感”,以至于在组织艰难创业的时候他们会全力以赴、不计成本,在组织艰难守业的时候他们会不离不弃、同心同德,即使面临来自外界的诱惑和吸引,他们也能够对组织保持足够的忠诚。

本研究从社会认同理论的角度出发来探讨组织认同的内涵,因此从这个角度来看,归属感并不是一种短暂的感觉,也不以员工和组织双方是否实际存在雇佣关系为前提。

2. 身份感知

身份感知这个维度是西方文献中出现最多的维度,正如本文在文献回顾中提到的,几乎所有的组织认同研究者都认为组织认同包含了认知的成份。这一维度在不同研究中有着不同的名称,阿什福斯和梅尔(Ashforth & Mael, 1989)把它称为“对组织成员身份的感知”,杜克斯(Deaux, 1996)把它称为“自我分类和关于类别的看法”,万迪克(Van Dick, 2004)把它称为“对特定组织的认知”。虽然名称不同,但表达了类似的意思。本研究的结果发现,中国员工对于身份的感知往往是在同外部群体的接触时凸现出来的。比如,当个体代表组织去参加活动,或者个体与其他组织成员交往的时候。这与已有的研究结果也是相符合的。依据社会认同理论(Tajfel & Turner, 1986)和自我分类理论(Turner et al., 1987),组织认同具有高度的灵活性并且依赖于外部组织的显著性和群际交互的情境。而这一点也往往成为将组织认同和组织承诺进行区分的一个重要方面。

3. 成员相似性

成员相似性在西方的研究中被称为“去人格化”(Brewer & Silver, 2000; Jackson & Smith, 1999)、“共同特征”(Mael & Tetrick, 1992)。倪鹏伯格和余尔(Knippenberg & Schie, 2000)在对组织认同的定义中也指出,组织认同是个体将自我定义成某一个群体的成员,而且将群体中特有的特征归于自己身上,并将自己与其他群体成员区分开来,认为自己与内群体成员有着共同的特征。

成员的相似性包括外在属性、态度、行为偏好及价值观等的雷同。外显的背景或态度相似的个体,容易相聚在一起,经过相互影响的过程,使彼此间的兴趣、喜好、价值观、行为方式等有更相似的倾向。根据社会认同理论,当人们把自己编进某个社会类别后,便会把自己看成该类别的成员,而不是一个独立的个体。同样,人们把他人编进某社会类

别后,便会把他看成该类别的成员,而容易忽略他与同一类别成员的不同之处。因此,经过分类以后,人们容易夸大了每个类别成员的相同处,而忽视了他们之间的不同处(Turner et al., 1987)。在企业的管理实践中我们经常看到这样的现象,很多企业都通过强化企业文化建设来规范员工的行为,让他们在行为方式和处事方法上有着区别于其他组织的做法。比如,一提到“华为”,人们就会想起那是一种“狼的文化”;一说起“海尔”,人们就会想到那是一种“海的文化”;一提到“中国移动”,人们就会想到“正德厚生、臻于至善”;而一提到“中国人寿”,人们就会想到“中庸规范”……(杨艳英、李柏松, 2005)。如果组织成员愿意以成员身份来定义自己的话,那么他们会对这些共同的特征表示认可,并且自觉地把组织中他人的普遍行为强加到自己身上,以保持他与其他成员的同质性,强化组织成员的身份。

4. 个体与组织的一致性

切尼(Cherney, 1983)在对组织认同的定义中包含了“组织成员与组织的相似性”的说法,杜滕等(Dutton, et al., 1994)的定义中提到“当个体的自我概念中所拥有特质与其所知觉的组织认定或特质相同时,此种认知的连结称为组织认同。组织认同是组织成员根据他/她与组织相同的特质来定义自己的程度。”米勒等(Miller et al., 2000)也提出“组织认同是指员工是否认为他/她是组织的一员,是否认同组织的使命、愿景、价值观和目标,决策的时候是否会考虑到组织的利益”。他认为,当员工对组织认同的时候,他会接受组织的价值观和目标,在决策制定的时候会考虑组织的利益。

在中国的文化背景下,个体也会关注个人与组织相一致的程度。这种一致性,一方面体现在个体与组织在工作方式、目标、信仰和价值观的直接比较中,比如在择业的时候,有的毕业生会喜欢大型国有企业和事业单位的“稳定性”,而有的却更喜欢外资企业快节奏的工作和高强度的挑战。实际工作之后,他们会据实际状况调整自己对组织的认同,于是便会有跳槽、离职等情况的发生。另一方面,一致性还往往体现在个体与组织中典型成员的比较中。如,在中国的组织中往往会树立一些楷模作为大家学习和效仿的对象,一般说来,这些典型成员身上体现出来的某些特征是组织所认可的,而个体会通过自己与典型成员的比较来发现自己是否与组织之间存在一致性。例如,雷锋是中国共产党员的楷模,他的言行实现了中国共产党崇尚的牺牲精神,虽然在社

会广泛流传的过程中, 这些故事往往会被神化, 但却反映出了群体的核心价值观(赵志裕, 2005)。当个体重视他与组织的一致性的时候, 他与组织重合的程度就更高, 根据组织身份对自己进行定义的可能性就越大。沙米尔和卡克(Shamir & Kark, 2004)曾经开发了一个单维度的图形量表来对组织认同进行测量, 就是用两个圆圈分别代表个人和组织, 然后用这两个圆圈重合的程度来代表组织认同的程度, 这实际上反映的是个体和组织相一致的程度。

5. 组织吸引力

在本研究中, 组织吸引力这个维度包含了原来的组织魅力、组织便利和自豪感(群体自尊)。在西方的研究中, 杰克逊和史密斯(Jackson & Smith, 1999)、杰克逊(Jackson, 1999, 2002)都提出了“内群体的吸引力”的维度, 布莱威尔和塞尔沃(Brewer & Silver, 2000)提出了“关心组织福利的动机”的说法, 而艾尔莫斯(Ellemers, 1999)提出了组织认同中包含“群体自尊”的内容, 菲尼(Phinney, 1990)和杜克斯(Deaux, 1996)等人也都提出了认同中包含了“对组织积极和消极的评价”。这些内容都反映了个体感知到的组织对他的吸引。

依据社会认同理论的基本假设, 认同的一个重要的动机就是提高个体的自尊。个体会评价和比较各类群体的优劣、社会地位和声誉, 争取把自己归入较优越的群体, 并觉得自己拥有该群体一般成员具有的良好特征。通过分类、认同和比较的过程, 实现自我提升和自尊(Sedikides & Stube, 1997)。这一情况在中国情境下同样存在, 并且能够解释很多社会现象。比如, 为什么报考国家公务员的人数会逐年增长, 而很大一部分的毕业生都会把公务员作为自己的就业首选? 虽然相比在企业中工作来说, 公务员得到的实际报酬相对较少, 但是公务员往往能够享受到很多国家的优惠政策, 掌握相应的权力, 同时具有良好的职业声望和较高的社会地位, 尤其是对于一些所谓的强势部门而言更是如此。正是因为这些方面存在吸引力, 所以公务员的队伍才不断地发展壮大, 对国家政府机关的认同也不断加大。覃成菊、孙健敏(2004)对科技人员的研究也表明, 科技人员最看重组织给他们的“个体成长需要”, 其次是“业务成就、金钱财富、工作自主和人际关系需要”。一旦组织不能满足他们的需要, 这些人就会流出组织, 并能够轻而易举地找到新的工作。

此外, 西方所主张的自尊的提升通常是强调个体层面自我价值的

增进,也就是有吸引力的组织虽然强化了群体的自尊,但最终的结果还是强化个体的价值。但对于中国组织成员而言,由于社会取向相对重要,当组织具有吸引力时,对群体自尊的强化可能要高于对个人自尊的强化,在这一点上是与西方研究有所不同的(徐玮伶、郑伯埙,2003)。

6. 组织参与

组织参与这个维度包含了共同经历、参与投入和确定性三方面的内容。在以前的研究中,帕宸(Patchen, 1970)曾提出认同包含“与其他成员有共享目标或经验”,菲尼(Phinney, 1990)也提出认同中包含了“群体参与”的内容,还有一些学者采用了“共同命运”这一说法(Jackson & Smith, 1999),都是从参与和行为的角度来体现组织认同的。在文献回顾中,本文曾经提到,对于行为这一维度是否算作组织认同的内容还存在争议,而本研究得出“组织参与”这一维度则支持了这样一种观点。同时,社会认同理论也提出,认同的一个重要动机就是降低不确定性,个体通过参与组织的活动而获得对周围事物的了解,从而获得对自己身份的感知,降低与他人交往时的不确定性(Tajfel, 1981)。

在中国的组织情境下,员工和组织之间并不是处于对等的地位,大多数情况下组织处于相对强势的地位,而员工个体会主动寻求对组织的依附。在这种情况下,个体会希望通过参加组织的活动来得到组织的接纳和认可,来获得一种“置身于组织之中”的感觉。另外,在中国组织文化中,“圈子”的现象很盛行,我们经常会听到人们说“谁是谁的人”,在官场上,“谁是谁的人”最后往往演变成“结党营私”,成了权力斗争的工具,而那些置身于“圈子”之外的人往往处于游离的状态,不受重用甚至遭受打压。同样,如果个体在组织情境下不能融入集体活动中的话,也往往不会产生对组织的认同。

除了提供接纳和认可的作用之外,组织参与还经常为员工们提供一个相同的经历,而有着相同经历的个体往往会看重这种共同的出身和背景,从对这一共同背景的认同会衍生出对整个组织的认同。比如,现在企业组织培训往往会借用“黄埔一期”、“黄埔二期”的说法,这表明了大家对这一共同的背景是认可的。而近年来,有些学者提出了中国人人际交往中的“五缘”(徐晓望,2000)——血缘、地缘、神缘、业缘和学缘,也为组织参与的这一作用提供了很好的解释,比如在同一个部门中工作过的同事,或者是从同一个学校毕业的校友等,他们也都因为有着共同的经历而形成了对整个组织的认同。

通过以上的回顾可以看出,本研究得出的9个组织认同的维度中,有6个是与西方研究相似的。这6个维度基本能够涵盖现在西方研究中已经提出的组织认同的维度,并且在中国文化背景下有存在的价值和特殊意义。

(二)特殊维度

除了上面提到的6个在西方研究中已经出现过的维度之外,本研究还得出3个中国背景下组织认同所特有的维度。这3个维度分别为:感恩与效忠、人际关系、契约关系。

1. 感恩与效忠

第一个特殊维度是“感恩与效忠”,这在西方文献中是没有出现过的。正如前面所讨论的,这一维度指的是个体感知到组织对其的信任、关心和帮助而产生的一种忠诚和报恩的感觉。尽管有时候个体对组织本身可能没有太多的积极态度,但由于他对领导有感恩和效忠的念头,也会使其有一种自己是组织一员的感觉。

杨国枢(1993)先生曾经指出,华人文化中认同的焦点常集中在家族或家庭团体。传统的中国人的规范强调对家族的认同。而中国人的泛家族主义的倾向,使其欠缺超越家族范围的群体意识,即使是在组织中也会将企业比喻成家族来进行探讨(Redding, 1993),因此中国组织一方面强调领导在组织中的权威性,另一方面又强调员工对领导如家长般的效忠。比如,如果领导表现出关心员工的需要、给他们提供资源和支持、鼓励员工克服困难去实现目标,那么,下属很可能认为,这个领导关心他们并且相信他们的能力,愿意为这个领导表现出知恩图报、死心塌地、赴汤蹈火,并以此建立起更积极的自我概念。反之,如果下属认为自己应该为出色地完成一件工作而获得奖励,或者应该为没有完成任务而得到惩罚,然而主管却不顾他们的客观绩效而对他们莫名其妙地横加指责,那么员工可能就会对原来的自我概念产生怀疑并改变对组织的看法。

因此,中国背景下的组织认同往往表现出一种对领导“私忠”,而不是直接针对于组织的认同。根据这一观点,我们就可以理解,为什么即使组织无论是在薪酬还是在未来发展的前途上都已经无法满足员工的要求了,而员工却仅仅因为老板当年对他有知遇之恩而继续留在组织中;为什么有的组织换了领导之后,那些与原来领导关系密切的骨干员

工就如同“树倒猢狲散”一般纷纷离开组织。这也可以帮我们去理解，为什么牛根生从“伊利”辞职创办“蒙牛”的时候，会有大批的追随者（网站报道 1, 2007）；为什么李一男在出走“华为”6 年，创业“港湾”失败之后，会决定回到任正非的身边，而不是再次创业（网站报道 2, 2007）。

在组织中，这种感恩和效忠的内容会得到泛化，组织成员也会产生对组织的报恩的心态，从而会从内心上产生一种回报组织的情感，“知遇之恩”就是一个很好的例子。中国古代就有“刘备苦心留徐庶”的典故，徐庶为了报答刘备的知遇之恩，才有了“身在曹营心在汉”的说法，一生都不曾为曹操献一计。而现在一些私企的老板往往对员工都有知遇之恩，而员工则会把这种对老板的恩情转化成为对整个组织的效忠。一个典型的例子就是李嘉诚。在李嘉诚身边的将才，无一不是李嘉诚用心血、赏识、重用来培养成长的；而这些人也都充满感激地回报了李嘉诚的知遇之恩，为李氏大业立下了汗马功劳，比如投资奇才袁天凡、黄功臣和霍建宁等（网站报道 3, 2007）。

2. 人际关系

第二个维度是人际关系。虽然在杰克逊和史密斯 (Jackson & Smith, 1999)、杰克逊 (Jackson, 1999) 等人的研究中曾经提到过“相互依赖”的内容，但是在本研究中更加强调中国传统文化影响下的关系对于认同的影响。

首先，中国社会强调关系。大量有关中国文化的研究都表明，中国人重视人与人之间的关系 (Hofstede, 1980, 1991; Redding, 1993; Triandis, 1995)。关系之所以在中国的文化中得到重视，是因为它在中国人的自我概念中具有重要的作用。大多数中国人认为“自我”并非一个独立的个体，而是与他人相互联系、相互依赖的 (Markus & Kitayama, 1991)。即在社会单元中，每个人都有其适当的位置，个人只是社会整体的一部分 (Lebra, 1976)。借用孙隆基 (2004) 的说法，中国人“被个人的人际关系网包围，而这个关系网则定义或构成了个体的存在、并且控制个体的思想和大脑”。因此，中国人的自我可以看成是“关系性自我”；它并不特别强调自主性，而是受到他人存在的影响，可以说是一种“情境下的自我”。在组织中则表现为成员间的情感支持、关怀照顾、情绪感染和相互启发。虽然西方组织中的成员间也存在相互依赖，但他们在相互依赖的同时更看重个体的特殊性和完整性，而中国文化下的组织成员则会更看重一种“你中有我，我中有你”的不分彼此的感觉。这也可以解

释,为什么在一个组织中,关系好的员工彼此会以“哥们”或者“兄弟”相称,同时也经常以请客吃饭、相互帮忙、关心对方的家人健康等方式来维系情感。而这种对组织中关系的认同也成为个体组织认同的重要内容。

其次,中国人强调关系的和谐。杨国枢(1993)在对中国人社会取向的讨论中,提出关系取向的五大特点,其中一项就是关系和谐性——人际交往以和谐相处为最终目的。因此,中国人会更希望组织中有一种其乐融融的和谐气氛,同时有一种相互团结的凝聚力。当组织中的人际关系融洽的时候,个体会感到在组织中的生活更安全、更轻松,对组织的认同程度就越高,反之当组织中的人际关系复杂、矛盾冲突严重的时候,个体则往往会避免纠缠其中而采取明哲保身、不管不问的方式来处理,长期下去就会对组织事务逐渐淡漠,也就不再有对组织的认同了。

最后,关系有亲疏远近之分。组织成员会以此来形成相互信任和相互交往的基础。费孝通(1948)提出了差序格局的概念,认为中国的社会结构是一种同心圆波纹形的差序格局,波纹的中心是自己,与别人发生的社会关系就像水的波纹一样,一圈圈推出去,形成亲疏不同、贵贱不一的差序关系。黄光国(1985)延续差序格局的思路,提出在中国人的交往中按照关系远近会存在情感、混合和工具性三种关系。无论是哪一种说法,实际上都表明了中国文化背景下,人与人之间的交往是以关系的分类为基础的,关系越近,相互信任和相互交往的程度就越高,成员对组织的认同也会得到强化。

3. 契约关系

契约关系是中国背景下的一个特殊维度。在西方文献中没有看到类似的维度,在对组织认同进行测量的问卷中也没有相似的题目。本研究得出这一维度,表明它在中国背景下的特殊性。

本文在引言部分曾经提到,中国计划经济时期劳动力的统一分配制度可能对员工的组织认同产生重要影响。在计划经济时期,中国的劳动力采取统一分配制度,大学毕业生也实行“统包统分”的政策,员工对于自己身份的感知是建立在他与用人单位之间明确的劳动契约关系基础之上的。随着市场经济的深入开展,统一分配和统包统分的政策都被逐步取消,取而代之的是劳动力市场的规范运作和双向选择。下海创业、进城打工、自由职业、劳务派遣、派遣关系、劳务关系……五花八

八门的新鲜名词不断冲击着人们的视线,然而员工骨子里“铁饭碗”的思想依旧存在,很多员工会依据他与组织间是否存在劳动契约来形成自己的组织认同。例如,2003年11月份广州市事业单位全面推行人事制度改革,打破了几十年的铁饭碗,传统意义上的“单位人”开始逐渐消失(网站报道4,2007),曾经以“我是某某单位的”自居的事业单位的很多人员就面临着一场身份革命。一些观念尚未完全转变的组织成员就会害怕自己失业,担心自己没有能力留在组织中,从而对组织产生一种恐惧和陌生的心理,不会把自己看成是组织的人。另外,有的员工即使在组织中工作,但他是派遣制员工,是与劳务中介签订的劳动合同,而不是与组织直接签订合同,他就会感觉自己在组织中低人一等,会觉得公司里的正式员工并不把他当自己人看待,进而形成一种不被接纳的感觉,由此形成对自己身份的迷惑与矛盾感,从而弱化他依据组织成员身份对自己进行定义的程度。

(三)小结与启示

本研究得出中国背景下组织认同的9个维度,其中有6个维度与西方研究中出现的维度相似,并且基本涵盖了西方研究中出现的维度。这些维度在中国背景下有存在的现实意义,并不与西方研究中维度的内涵完全一致。此外,本研究还得出了3个在西方文献中没有出现过的特殊维度,它们是在中国特殊的文化和历史背景下才存在的,具有不同于西方的特殊意义,并且这3个维度与本文引言部分的讨论是相对应的。

本研究的结论补充了组织认同研究的理论基础,丰富了组织认同的概念内涵,为在中国背景下进一步开展实证研究奠定了基础。同时,在各个维度的比较和分析中,本研究紧扣现实生活,对于中国组织的管理实践具有一定的指导意义。

第一,对组织认同结构的认识能够帮助中国组织更好地吸引、激励和保留员工,从而有效地管理员工的行为。组织认同实际上是员工与组织间关系的一种特殊的表现形式,已有的研究已经证明,组织认同与员工绩效、组织公民行为等都成正相关,而与离职意愿等负向因素成负相关。通过对组织认同所含内容的研究,中国组织可以了解到员工对组织的哪些方面更为看重,通过对这些方面的改善对员工的行为进行强化。

第二,中国背景下员工对组织的认同包含不同的内容,要提高员工对组织的认同,要做到因人而异。一般来说,渴望金钱和短期利益的员工对组织的认同可能更多地来自于组织的吸引力;重感情和报恩的员工则会更看重对组织的归属感和对领导的忠诚;而寻求未来长远发展的员工则有可能更看重个体与组织的一致性,这与中国企业目前所采用的待遇留人、情感留人和事业留人也是相对应的。因此在对待不同员工的认同问题上,区别对待为良策。

第三,组织在对员工的管理中要特别关注中国背景下组织认同的特殊性。我国的文化强调对人与人之间关系的重视,员工对组织的认同更多地体现在对管理层的认同。与国外组织相比,我国员工对人的认同比对组织的认同可能会产生更大的影响,因而改善组织内的人际关系和上下级关系对于促进员工对组织的认同将十分重要。此外,我国文化在人际关系方面强调和谐与团结,这就要求组织和员工之间进行有效沟通,确保信息流通的顺畅。组织通过沟通赢得员工的信任,进而提升其对组织的认同;而对组织高度认同的员工,也会自觉成为组织与外界沟通的代表,增进利益相关者对组织的认同(宝贡敏、徐碧祥,2006)。以裁员为例,如果联想和百度不是采用“闪电裁员”而是事先与员工有过有效沟通的话,那么裁员对员工心理造成的负面影响将会减少。

第四,对组织认同所含内容的认识,能够帮助员工加深对自己的了解,进而改善员工与组织间的关系。员工为了能够更好的调整自我,寻找自己的人生意义,必须妥善处理自己与组织的关系。同时,已有的研究也表明,组织认同能够帮助员工提高自尊、自我独特性和自我连续性(Dutton et al. 1994),因此,本研究的结论将告诉员工们,他们和组织之间的联系究竟体现在哪些方面,从而帮助他们加深对自我的理解,以一种更加积极的态度去面对工作和生活。

六、本研究的局限和未来研究方向

(一)本研究的局限

本研究旨在对中国背景下组织认同的维度进行研究,从研究方法到研究局限来看,本研究主要存在以下局限:

1. 样本的代表性。本研究共选取了 122 名受访者作为研究样本, 虽然他们在性别、年龄、学历、工作年限、职位性质上都很不相同, 但却全部来自于中国内地的一个城市中的一家企业, 因此我们不能确定在这个研究中识别的组织认同的维度是否具有普遍意义上的代表性。

2. 信息的收集与提炼。本研究通过深度访谈和焦点群体访谈的方式收集信息, 因此获得原始材料的途径相对单一。另外, 在对原始材料进行提炼形成项目库的时候, 本研究并没有严格地按照定性研究中登录和编码的程序来完成, 并对重复出现的项目进行了筛选和删除。而实际上, 这些项目存在重复的现象本身也代表着它所描述的行为的普遍意义, 因此, 本研究在从访谈记录中提炼项目的过程中有可能损失有用的信息。

3. 缺少定量研究的检验。本研究是一项定性研究, 研究结果仅限于访谈得到的信息, 研究结论需要通过定量的数据来进一步检验。

(二) 未来研究的方向

本研究得出了中国背景下组织认同的 9 个维度, 中国学者在这一领域还没有出现类似的研究, 因此本研究对于丰富现有的组织认同研究作出了一定的贡献; 此外, 本研究的结果对于企业管理实践也具有一定的指导意义。在未来的研究中, 组织认同的研究可从以下方面进行考虑:

1. 研究结果的检验与推广。在后续的研究中, 研究者可以选取范围更为广泛的研究对象, 采用更为多样的研究方法来收集信息, 验证本研究的结论, 并将研究结果进行普遍推广。

2. 维度的定量检验。在本研究的基础上, 编制中国背景下组织认同的量表, 从定量研究的角度对本研究的结果进行检验, 并最终形成标准化的测量工具。

3. 组织认同与相关变量之间关系的探讨。中国社会关于组织认同的研究才刚刚起步, 关于组织认同与其相关变量之间的关系的研究凤毛麟角, 本研究旨在探讨组织认同实际包含的内容, 并为以后标准化量表的编制做铺垫。在此基础上, 研究者可以采用成形的量表对组织认同进行测量, 并进一步探讨它与相关变量之间的关系, 最终形成以组织认同为核心的组织行为学研究的整体模型。

4. 组织认同的形成机制的思考。目前关于组织认同是如何形成

的、对组织成员影响历程是怎样的、多种组织认同同时存在时应该如何取舍等种种问题都没有得到解答,这些都是该领域亟待解决的问题。

5. 组织管理对组织认同的实践。对于现实中的管理者来说,也应该从组织认同的观点出发,思考如何有效利用组织认同来调控员工个人与组织的关系,寻求一套使组织和个人都受益的管理模式,以为组织持续经营提供良好的发展方向。

参考文献:

- 宝贡敏、徐碧祥, 2006,《组织认同理论研究评述》,《外国经济与管理》第 28 卷第 1 期。
- 陈向明, 2000,《质的研究方法与社会科学研究》,北京:教育科学出版社。
- 樊立立、钟晨波、Dennis W. Organ, 2005,《组织公民行为概念范畴的归纳性分析》,徐淑英、刘忠明主编,《中国企业的前沿研究》,北京:北京大学出版社。
- 费孝通, 1948,《乡土中国与乡土重建》,上海:观察社。
- 黄光国, 1985,《人情与面子:中国人的权力游戏》,李亦园、杨国枢、文崇一主编,《现代化与中国化论集》,台北:桂冠图书公司。
- 赖志超、郑伯坝、陈钦雨, 2001,《台湾企业员工组织认同的来源及其效益》,《台湾人力资源管理学报》第 1 卷第 1 期。
- 李汉林、李路路, 1999,《资源与交换——中国单位组织中的依赖性结构》,《社会学研究》第 4 期。
- 孙隆基, 2004,《中国文化的深层结构》,桂林:广西师范大学出版社。
- 孙健敏、焦长泉, 2002,《对管理者工作绩效结构的探索性研究》,《人类工效学》第 8 卷第 3 期。
- 覃成菊、孙健敏, 2004,《科技人员流动分析》,《科学学与科学技术管理》第 4 期。
- 网站报道 1, 2007,《乳业巨人牛根生,创造蒙牛奇迹》(<http://info.ceo.hc360.com/zt/zqygLniumengsheng/>)。
- 网站报道 2, 2007,《李一男重投华为怀抱 CTO 只是过渡》(<http://telecom.dinabyte.com/445/2575445.shtml>)。
- 网站报道 3, 2007,《李嘉诚用人之道的关键》(<http://ceo.icxo.com/ljc.jsp>)。
- 网站报道 4, 2007,《穗 17 万单位人成合同工 5 年所有事业单位推行》(<http://gd.sohu.com/17/68/article215316817.shtml>)。
- 徐玮伶、郑伯坝, 2002,《组织认同:理论与本质之初步探索分析》,《台湾中山管理评论》第 10 卷第 1 期。
- , 2003,《组织认定与企业伦理效益》,《台湾应用心理研究》第 20 期。
- 徐晓望, 2000,《论五缘与闽台社会的人际关系特征》,《福建论坛》总 214 期。
- 杨国枢, 1988,《中国人与自然、他人、自我的关系》,文崇一、萧新煌主编,《中国人:观念与行为》,台北:远流图书公司。
- , 1993,《中国人的社会取向:社会互动的观点》,杨国枢、余安邦主编,《中国人的心理与社会行为——理念及方法篇》,台北:远流图书公司。
- 杨艳英、李柏松, 2005,《企业文化修炼案例》,北京:蓝天出版社。

- 赵志裕、温静、谭俭邦, 2005《社会认同的基本心理历程——香港回归中国的研究范例》,《社会学研究》第5期。
- Abrams D., K. Ando & S. Hinkle 1998, "Psychological Attachment to the Group: Cross-cultural Differences in Organizational Identification and Subjective Norms as Predictors of Workers' Turnover Intentions." *Personality and Social Psychology Bulletin* 24.
- Albert S., B. E. Ashforth & J. E. Dutton 2000, "Organizational Identity and Identification: Charting New Waters and Building." *Academy of Management Review* 25.
- Ashforth, B. E. & F. Mael 1989, "Social Identity Theory and The Organization." *Academy of Management Review* 14(1).
- Bartel C. A. 2001, "Social Comparisons in Boundary-spanning Work: Effects of Community Outreach on Members' Organizational Identity and Identification." *Administrative Science Quarterly* 46.
- Bergami M. & R. P. Bagozzi 2000 "Self-categorization, Affective Commitment and Group Self-esteem as Distinct Aspects of Social Identity in the Organization." *British Journal of Social Psychology* 39.
- Bhattacharya C. B., H. Rao & M. A. Glynn 1995, "Understanding the Bond of Identification: An Investigation of Its Correlates Among Art Museum Members." *Journal of Marketing* 59(4).
- Brewer M. & M. D. Sliver 2000, "Group Distinctiveness, Social Identification, and Collective Mobilization." In Stryker, T. O. S. & R. White (eds.), *Self, Identity, and Social Movements*. Minneapolis MN: University of Minnesota Press.
- Chen Z. X., A. S. Tsui & J. L. Fah 2002, "Loyalty to Supervisor vs. Organizational Commitment: Relationships to Employee Performance in China." *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 75(3).
- Cheney, G. 1983, "On The Various and Changing Meanings of Organizational Membership: A field Study of Organizational Identification." *Communication Monographs* 50.
- Deaux K. 1996, "Social Identification." In E. T. Higgins & A. E. Kruglanski (eds.), *Social Psychology: Handbook of Basic Principles*. New York: Guilford.
- Doosje B., R. Spears & N. Ellemers 2002, "Social Identity as Both Cause and Effect: The Development of Group Identification in Response to Anticipated and Actual Changes in The Intergroup Status Hierarchy." *British Journal of Social Psychology* 41(1).
- Dutton, J. E., Dukerich J. M. & C. V. Harquail 1994, "Organizational Images and Member Identification." *Administrative Science Quarterly* 39.
- Ellemers N., P. Kortekaas & J. W. Ouwerkerk 1999, "Self-categorization, Commitment to The Group and Group Self-esteem as Related But Distinct Aspects of Social Identity." *European Journal of Social Psychology* 29(2/3).
- Fah, J. L. & B. S. Cheng 2000 "A Cultural Analysis of Paternalistic Leadership in Chinese Organizations." In Anne S. Tsui, J. T. Li & E. Weldon (eds.), *Management and Organizations in The Chinese Context*. London: Macmillan.
- Foots N. N. 1951, "Identification as the Basis for A Theory of Motivation." *American Sociological Review* 16.
- Gautam T., R. Van Dick & U. Wagner 2004, "Organizational Identification and Organizational

- Commitment: Distinct Aspects of Two Related Concepts.” *Asian Journal of Social Psychology* 7.
- Hofstede, G. 1980 *Culture's Consequences*. Beverly Hills, CA: Sage.
- 1991, *Cultures and Organizations*. London: McGraw-Hill.
- Hogg M. A. & B. A. Mullin 1999, “Joining Groups to Reduce Uncertainty: Subjective Uncertainty Reduction and Group Identification.” In Abrams D. & M. A. Hogg (eds.), *Social Identity and Social Cognition*. Malden MA: Black Publishers.
- Hogg M. A. & D. J. Terry 2000, “Social Identity and Self-categorization Processes in Organizational Contexts.” *Academy of Management Review* 25(1).
- Hogg, M. A. & D. Abrams 1988, *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. New York: Routledge.
- Hogg M. A. 2004, “Social Identity, Self-categorization, and Communication in Small Groups.” In Sh. Ng, C. Candlin & C-y Chiu (eds.), *Language Matters: Communication, Culture, and Social Identity*. Hong Kong: City University of Hong Kong Press.
- Hwang K. K. 2001, “The Deep Structure of Confucianism: A Social Psychological Approach.” *Asian Philosophy* 11(3).
- Jackson, J. W. 1999, “How Variations in Social Structure Affect Different Types of Intergroup Bias and Different Dimensions of Social Identity in a Multi-Intergroup Setting.” *Group Processes and Intergroup Relations* 2(2).
- 2002 “Intergroup Attitudes as A Function of Different Dimensions of Group Identification and Perceived Intergroup.” *Conflict, Self and Identity* 1(1).
- Jackson, J. W. & E. R. Smith 1999, “Conceptualizing Social Identity: A New Framework and Evidence for the Impact of Different Dimensions.” *Personality and Social Psychology Bulletin* 25(1).
- Karasawa, M. 1991, “Toward an Assessment of Social Identity: The Structure of Group Identification and Its Effects on Ingroup Evaluations.” *British Journal of Social Psychology* 30.
- Kelman, H. C. 1961, “Processes of Opinion Change.” *Public Opinion Quarterly* 25.
- Lebra T. S. 1976, *Japanese Patterns of Behavior*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Lee S. M. 1971, “An Empirical Analysis of Organizational Identification.” *Academy of Management Journal* 14.
- Mael, F. A. 1988, *Organizational Identification: Construct Redefinition and a Field Application With Organizational Alumni*. Unpublished Doctoral Dissertation, Wayne State University, Detroit.
- Mael, F. A. & B. E. Ashforth 1995 “Loyal from Day One: Biodata, Organizational Identification, and Turnover Among Newcomers.” *Personnel Psychology* 48.
- 1992, “Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of The Reformulated Model of Organizational Identification.” *Journal of Organizational Behavior* 13.
- Mael F. A. & L. E. Tetrick 1992 “Identifying Organizational Identification.” *Educational and Psychological Measurement* 52(4).
- Markus, H. R. & S. Kitayama 1991, “Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation.” *Psychological Review* 98.
- Miller V. D., Allen M., Casey M. K. & J. R. Johnson 2000 “Reconsidering the Organizational

- Identification Questionnaire." *Management Communication Quarterly* 13.
- O'Reilly, C. A. & J. Chatman 1986 "Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification, and Internalization on Prosocial Behavior." *Journal of Applied Psychology* 71.
- Patchen M. 1970, *Participation, Achievement and Involvement on The Job*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Phinney, J. S. 1990, "Ethnic Identity in Adolescents and Adults: Review of Research." *Psychological Bulletin* 108(3).
- Porter, L. W., R. M. Steers, R. T. Mowday & P. V. Boulian 1974 "Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Among Psychiatric Technicians." *Journal of Applied Psychology* 59.
- Pratt, M. G. 1998 "To Be or Not to Be? Central Questions in Organizational Identification." In P. Godfrey & D. A. Whetten (eds.), *Identity in Organizations: Building Theory Through Conversations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- 2000, "Building an Ideological Fortress: The Role of Spirituality, Encapsulation, and Sense Making." *Studies in Cultures, Organizations, and Societies* 6.
- 2001, "Social Identity Dynamics in Modern Organizations: An Organizational Psychology / Organizational Behavior Perspective." In M. A. Hogg & D. J. Terry (eds.), *Social Identity Processes in Organizational Contexts*. Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Redding, S. G. 1993, *The Spirit of Chinese Capitalism*. New York: de Gruyter.
- Rousseau D. M. 1998, "Why Workers Still Identify with Organizations." *Journal of Organizational Behavior* 19.
- Sedikides, C. & M. J. Strube 1997, "Self-evaluation: To Thine Own Self be Good, to Thine Own Self be Sure, to Thine Own Self be True, and to Thine Own Self be Better." In M. P. Zanna (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*. New York: Academic Press.
- Shamir, B. & R. Kark 2004. "A Single-item Graphic Scale for the Measurement of Organizational Identification." *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 77.
- Smidts, A., A. T. H. Pruyn & C. B. M. Van Riel 2001, "The Impact of Employee Communication and Perceived External Prestige on Organizational Identification." *Academy of Management Journal* 44(5).
- Tajfel H. 1981, *Human Groups and Social Categories; Studies in Social Psychology*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Tajfel, H. & J. C. Turner 1986, "The Social of Identity Theory of Intergroup Behaviour." In S. Worchel & W. G. Austin (eds.), *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago: Nelson.
- 1979 "An Integrative Theory of Intergroup Conflict." In W. G. Austin & S. Worchel (eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tesser, A. 1988, "Toward a Self-evaluation Maintenance Model of Social Behavior." In L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* 21. New York: Plenum.
- Triandis, H. C. 1995 *Individualism and Collectivism*. Boulder, CO: Westview Press.
- Tumer, J. C. & M. A. Hogg 1987, *Rediscovering the Social Group: A Self-categorization Theory*. New

- York; Blackwell.
- Tyler T. R. 1999, "Why People Cooperate with Organizations: An Identity-based Perspective." *Research in Organizational Behavior* 21.
- Van Dick, R. 2001, "Identification in Organizational Contexts: Linking Theory and Research from Social and Organizational Psychology." *International Journal of Management Reviews*, Volume 3 Issue 4.
- 2004 "My Job is My Castle: Identification in Organizational Contexts." In C. L. Cooper & L. T. Robertson (eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, Vol. 19. Chichester: Wiley.
- Van Dick, R., U. Wagner, J. Stellmacher & O. Christ 2004 "The Utility of a Broader Conceptualization of Organizational Identification: Which Aspects Really Matter?" *Journal of Occupational & Organizational Psychology* 77(2).
- Van Knippenberg D. 2000 "Work Motivation and Performance: A Social Identity Perspective." *Applied Psychology: An International Review* 49.
- Van Knippenberg, D. & E. D. Sleebos 2006 "Organizational Identification Versus Organizational Commitment: Self definition, Social Exchange and Job Attitudes" *Journal of Organizational Behavior* 27.
- Van Knippenberg, D. & E. C. M. Van Schie 2000, "Foci and Correlates of Organizational Identification." *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 73.
- Wagner, U. & P. L. Ward 1993, "Variation of Out-group Presence and Evaluation of the In-Group." *British Journal of Social Psychology* 32.
- Walder, A. G. 1983, "Organized Dependency and Cultures of Authority in Chinese Industry." *The Journal of Asian Studies* (pre-1986) 43(1).
- Wan-Huggins V. N., C. M. Riordan & R. W. Griffith 1998, "The Development and Longitudinal Test of a Model of Organizational Identification." *Journal of Applied Social Psychology* 28.
- Wiener, Y. 1982, "Commitment in Organizations: A Normative View." *Academy of Management Review* 7.

作者单位: 中国人民大学劳动人事学院
责任编辑: 张宛丽

An Exploratory Study on the Construct of Organizational Identification under Chinese Context *Sun Jianmin & Jiang Kaifeng* 184

Abstract: Because of the effect of traditional culture, organizational identification will bring in special values to employees under Chinese context. This study aims at exploring the construct of organizational identification under Chinese context. Through in-depth interviews and focus group interviews of 122 employees, we have gathered the original materials about organizational identification. Category analysis on the initial materials is conducted and seventeen dimensions of organizational identification are found. Utilizing Delphi we have combined the seventeen dimensions and got the nine dimensions of organizational identification under Chinese context.

REVIEW

New Political Sociology: Paradigm shift or theoretical complement?
..... *Liu Xin* 217

Abstract: The traditional political sociology focuses on the relation between state and society, while the new political sociology concerns with the power contestation that is potential in all social experience beyond the level of nation-state. However, the new political sociology can not be seen as a new paradigm that will replace the traditional, given that there is difference between the traditional and the new political sociology. Theory of the new political sociology is only a complement to the paradigm of traditional political sociology, which remains of importance for understanding politics in contemporary China.

BOOK REVIEW

Political Process of Social Movement;
Reading Doug McAdam, *Political Process and the Development of Black Insurgency, 1930 — 1970* *Yang Ling* 230