

# 组织社会化交互作用主义 3 种模型评价

殷志平

(东南大学 经济管理学院,江苏 南京 210096)

**摘 要** 组织社会化过程涉及组织和员工双方,各方为达成社会化结果的行动是互相依赖的。组织社会化交互作用主义视角就是整合组织和个人在社会化过程中采取的策略,考察组织策略和个人主动策略之间的互相影响和互相作用。在介绍 3 种交互作用主义模型的基础上,讨论了每种模型对组织社会化理论发展的贡献以及需要进一步完善的地方。

**关键词** 组织社会化 组织社会化策略 交互作用主义

中图分类号:F27 文献标识码:A 文章编号:1671-4970(2008)02-0073-04

组织社会化是指个体成员为了适应所在组织的价值体系、组织目标和行为规范而调整自己态度、行为的学习过程。对组织社会化研究,主要有 3 个角度:①组织社会化策略,即从组织角度出发,探讨组织在社会化过程中采取的策略、计划和活动;②组织成员主动社会化策略,即从组织新成员角度出发,研究其对组织社会化策略的反应和自身采取的主动策略、计划和行动;③交互作用主义,即组织和新成员交互作用角度,研究社会化过程中组织、组织环境、组织内成员和新成员之间的相互关系、相互影响和相互作用。Jones、Reichers 以及 Griffin 等提出的 3 种模型是组织社会化交互作用主义中比较典型的理论框架,其影响也最大。

## 一、3 种组织社会化研究视角

### 1. 组织社会化策略

这种策略是组织通过控制和指导新成员的行为而对其社会化,强调的重点是组织的作为。学者们研究的主要内容是组织采取的策略及其后果。Maanen 和 Scheirf<sup>[1]</sup>提出了被广为引用和讨论的组织社会化的 6 种策略,每一种策略包含对立的两极。集体—个体策略(新成员是群体地还是个别地被社会化的);正式—非正式策略(社会化过程中新成员是否与组织内成员分离);连续性—随机性策略(新成员是否被明确告知计划的社会化活动步骤);固定—变化策略(是否有完成各种社会化策略的明确固定的时间表);系列—分离策略(是否有先前的任职者为新成员扮演角色榜样);授予—剥夺策略(新成员是否能从组织内成员

处获得积极的社会性支持)。Jones 将这 6 种策略中的集体、正式、连续、固定、伴随性和授予社会化策略称为制度化策略社会化,将个体、非正式、随机、变化、分离和剥夺策略称为个体化策略社会化。同时他将上述 6 种策略归纳为 3 种类型:①情景的组织社会化策略,主要探讨组织给新成员提供的背景差异,包括集体—个体策略和正式—非正式策略;②内容的组织社会化策略,主要探讨在社会化过程中组织给新进员工提供的信息内容,包括连续性—随机性策略和固定—变化策略;③社会的组织社会化策略,主要探讨组织社会化的人际和社会层面,包括系列—分离策略和授予—剥夺策略<sup>[2]</sup>。

### 2. 组织新成员主动社会化策略

社会化过程中新成员为减少不确定性和角色模糊要采取主动策略。根据现有研究,新成员一般采用以下策略:信息搜寻、与主管和同事建立关系、变更工作协商、介入自身任务以外但与工作相关的活动中、向同事和主管征求反馈意见、与同事建立非正式的师徒关系、自我观察、自我目标设定、自我奖罚、寻找合适行为参照点、把握或建构工作环境(对环境中的事件做出解释)以提升自信和效率、仿效组织内样板等等。在新成员采取主动社会化策略过程中,信息搜寻是一种非常关键的手段,其主要目的是降低不确定性。

### 3. 组织和组织成员交互作用主义策略

社会化过程涉及组织和员工双方,最终目标是互相接受。因此,各方为达成社会化结果的行动是互相依赖的。交互作用主义视角的组织社会化观点认为

社会化过程中组织应当根据员工特点采取恰当措施,而员工则根据组织环境特点采取相应的主动策略。组织策略和个人主动策略之间互相影响、互相作用。

## 二、交互作用主义 3 种模型

### 1. Jones 的模型

Jones 是较早采取交互作用主义视角研究组织社会化的学者。Jones<sup>[3]</sup>的讨论集中于个体差异和归因过程对组织社会化过程的调和作用。他认为个体差异影响新成员初期组织心理定位和反应条件,归因过程和学习过程影响新成员和组织关于情景定义的磋商方式。这两个因素调和了新成员经历组织现实的方式和组织社会化实践对个体及其角色结果的影响。一方面,新成员应对不确定性和模糊的策略以及理解情景的方式取决于他们已学到的方式和经验,新成员的自我功效期望调和他们进入组织时受到的现实冲击,影响他们对发现自我情景的反应方式;另一方面,由于不同的认知和经验,组织成员可能对新成员行为进行错误归因,从而对新成员行为作出不恰当的反应。基于这样的假设, Jones 提出了一个交互作用社会化过程模型。 Jones 根据过去经验、自我功效水平和成长需求力量描述了组织新成员入职时的 3 种心理定位状况: A、完全缺乏经验、自我功效期望低的“新人”; B、具备过往社会化经验的成员; C、已经具备经验、是纵向提升或跨部门变动的成员。 Jones 以这 3 种定位作为社会化过程模型的输入,描写成员个体差异与社会化力量之间的互动决定双方在社会化过程中的行为。

具体来说,在 A 状态下,新成员非常缺乏经验,自我功效水平也非常低。组织进入过程被感知为恐惧的和使人焦虑的,但新成员害怕给自己通过组织环境要素的测试来给自己在组织中定位。相反,新成员采取策略来减少焦虑。这样的策略可能导致他们埋头于任务而避免人际接触,从而将自身孤立于不确定的情景之外。鉴于这种受限的世界观,新成员感知他们行为的方式很容易与他人的感知产生偏差,极端情况可能导致不正常的或孤立的感知。相应的,“我—他们”和“他们—我”的联结很容易分离,因为个体对他人的建议做出负面的反应,自我与他人之间的感知差异变大。而反馈循环导致新成员走向更不恰当的路径,他们高估或低估与他们行为相联系的奖励和惩罚。在结果层面上, A 状态下的新成员可能产生退出意向、做出退缩行为和离职行为,这种行为可能是新成员本身发起的,也有可能是组织提出的。

在 B 状态中的新成员,过去的社会化经验为其

提供了解码组织情景的能力。但具有高水平自我功效的新成员与低水平自我功效的新成员对新情景的解读不一样,前者会更加关注组织的文化以及必要的任务和角色学习。初期的工作分配和人际反馈现在被新成员用作建立广泛角色目标的方法。新成员积极测试组织中的制约以便确定他们在其中的地位,一般员工只是遵循合适行为的规则,而能力强的新成员则有可能尝试打破制度来了解组织中合适行为的潜规则。由于能力强的新成员对现有成员确定合适行为的方式获得了理解,“我—他们”之间的感知差距缩小了,新成员根据这种认知差距来判别他们进一步行动的自由度,并作出相应的策略调整。从组织角度讲,现有成员感知和理解新成员积极定向的方式则取决于新成员采取的策略和组织社会化实践的内在一致性和强度,新成员对情景的尝试有可能被当作潜在的发展能力或者是错误的选择,由此组织将调整策略来解释新成员行为正确与否,用非正式的接触和正式的评估来测试新成员的反应,以便重新定义或鼓励新成员对事件的建构。

C 状态下,新成员对组织的定位及其行动可以用“优势的”或“控制的”来描写。个体成员现在把其他人只作为行为参照,而不是作为衡量行为的标准,此时“我—他们”之间的认知差距甚至变大了,因为新成员尝试控制文化背后的假设并且要通过改变价值和理念重新定义它。例如新任命总裁往往试图改变决策方式和推行个人管理风格来个人化组织,进而改变公司的文化。组织成员则有可能采取积极的响应或被动的抵抗行为(尝试孤立优势新成员)来响应这种再社会化过程。

Jones 还指出,作为社会化输入的 3 种心理定位,也可以代表社会化过程的 3 个阶段,心理定位 A 代表了社会化阶段模型中的“新人”入职阶段,心理定位 B 则代表社会化过程中的磨合阶段,而心理定位 C 是在社会化过程中已经达到了比较适应的状态。 Jones 同时强调,每个阶段的社会化都可以用上面的交互作用主义模型来分析和解释。新成员与组织环境之间、新成员与社会化代理人之间的互相作用贯穿在从加入时的心理定位,到新成员初始行为,再到新成员和组织成员对初始行为的感知,最后获得社会化结果的循环过程中。

### 2. Reichers 的模型

Reichers 从新成员对新组织环境中事件意义的获得和理解来解释社会化过程中的作用机理,其理论根据是象征交互作用主义<sup>[4]</sup>。象征交互作用主义是涉及认同和意义来源的一种哲学派别。根据 Mead、Blumer 和其他一些学者,意义产生于一个行

动、第二个人对这一行动的反应和行动一再互动结果之间的关系,人们主要借助人与人之间的语言和象征性互动把意义和重要性与事件、实践和程序联系起来。关于意义的象征交互作用主义也适用于个体把意义附属于自身的认同概念,它强调群体成员对认同的决定性作用,认同是其他人对焦点人物态度的反应,当个体采纳他人对自己的态度时,认同形成就被认为完成了。新成员的社会化过程,实际上是新成员建立情景认同和对组织事件获得意义理解的过程。在社会化初期,新成员需要建立和确认情景认同,理解组织中事件、活动和程序的意义;在社会化磨合阶段,新成员需要学到恰当的角色行为,适应组织的价值和规范,培养工作技能;在社会化适应阶段,新成员需要确认各种行为规范,获得对组织价值观的承诺。在社会化过程中,新成员借助惯例、岗位培训、及时的绩效反馈等机制来促进社会化,而惯例、岗位培训、及时的绩效反馈都是具体的象征互动形式,新成员借助这些形式理解意义,达成对自己在组织中角色、角色要求和自身能力的理解。

Reichers 讨论象征交互作用主义的目的是探讨社会化的速度。Reicher 首先通过新成员的主动性行为特征和组织原有成员的主动性行为特征,研究两者之间的交互作用以及与社会化速度之间的关系。如果新成员和原有成员在社会化过程中都采取高度主动性行为,就能导致快速的社会化;相反,如果新成员和原有成员在社会化过程中都采取低度主动性行为,社会化的速度就慢;而如果新成员和原有成员一个采取高度,另一个采取低度主动性行为时,社会化速度就是中等的。接着,Reicher 探讨了造成新成员和原有成员主动性社会化行为程度高低的决定因素。Reicher 用模糊容忍性、场依从性和归属需要等 3 个特征来说明新成员和原有成员主动性行为的决定因素。比如,场依从性新成员会主动求助他人来理解工作情景和其所处的情形;对模糊不容忍的新成员可能急于得出不成熟的结论,从而阻碍社会化过程;而具有高度的未达成的归属需要的新成员会在工作场所主动寻求人际互动;同样,场依从性高、模糊容忍性低、归属需要高的原有成员更容易接近新成员并与其互动。此外,组织任务技术的互相依赖性、引导项目和培训等特征决定了组织采取主动行为的高低程度。正是新成员、原有成员和组织的这些特征决定了互动的频率,影响着社会化的速度,并进一步影响组织社会化磨合过程的情景认同、意义理解、获得合适的角色行为以及适应工作群体的价值规范。

### 3. Griffin 等的模型

Griffin 等交互作用主义模型的要点是阐明组织

社会化策略对新成员采取各种策略可能性的影响,以及组织社会化策略对新成员策略和社会化结果之间关系的调和作用<sup>[5]</sup>。在回顾了学者广泛讨论的各种新成员主动社会化策略和组织社会化策略后,Griffin 等提出了组织社会化策略和个人主动社会化策略之间交互作用的一系列命题:①当组织的情景相关性策略是制度性的(集体的和正式的)时候,新成员将可能较少采取从同事和主管处寻求信息、结交非正式顾问、进行工作变更谈判和从事额外的工作相关性活动等主动性社会化策略;而新成员采取的变更工作协商和角色样板观察则与社会化结果负相关;当组织采取个人化的情景相关性社会化策略时,新成员主动社会化策略与社会化结果之间的关系更强烈正相关。②当内容相关性社会化策略是制度性的时候,新成员将较少从事反馈搜寻、从同事和主管那里获取信息以及工作变更谈判等主动性社会化策略;而新成员建立与同事及主管的关系、形成非正式的师徒关系、参与额外的工作活动等主动社会化策略,在组织采取个人化内容相关性策略时比组织采取制度化内容相关性策略时与社会化结果更强烈和积极相关。③当社会相关性社会化策略是制度性的时候,新成员将较少可能形成非正式的顾问关系;当社会相关性社会化是个体化的(分离和剥离的)时候,新成员将较少可能从事绩效反馈寻求、与同事和主管建立关系、从同事和主管那里寻求信息以及样板模仿等主动性社会化策略;新成员采取的主动社会化策略,例如从同事、主管那里寻求信息、形成非正式辅导关系和形成积极构想,在组织采取个体化社会相关性策略时比组织采取制度化策略时与社会化结果更强烈和积极相关;样板模仿在组织采取制度化的社会相关性策略时比组织采取个体化策略时与社会化结果更强烈和积极相关。

## 三、3 种模型评价

时蓉华指出:“社会化作为一种发展过程,乃是在个人和他人之间存在着一种连续的、经历着许多阶段和变化的相互作用的过程”<sup>[6]</sup>。同样,组织社会化过程是组织、组织内成员和新成员互相适应和互相接受的过程,所以无论单纯从组织角度,还是单纯从成员角度讨论社会化的策略都是片面的、低效的。组织社会化交互作用主义理论看到了新成员和组织及组织原有成员之间的互相影响和互相作用,可谓抓住了事情的本质,据此建立的模型应该是比较有效的。本文介绍的 3 种交互作用主义模型,都对组织社会化理论的发展做出了一定的贡献,并且各具特色,当然也存在需要进一步完善的地方。

Jones 的模型首先认识到,只有在考虑了个人差异和归因过程对社会化过程的干预作用后,组织社会化的正式和非正式策略对社会化结果的作用才能得到明确的解释。Jones 的贡献是:①认识到个体差异、归因过程和学习过程对成员和组织的认知和行为的影响和作用;②新成员和组织原有成员对新成员在组织中行为的认知差异影响成员和组织做出不同的反应,双方之间互相影响;③新成员社会化的经验对自身初始心理定位能产生逆向影响并对将来行为产生影响。④认为社会化输入的3种心理定位也可以代表社会化过程的3个阶段,表明社会化过程是个动态过程;⑤社会化的每个阶段都存在成员和组织之间的交互作用,都可以用交互作用主义模型来分析和解释。然而,作为简略的理论模型,Jones 虽然认识到由于个体差异和归因过程对组织社会化策略具有调和作用,但没有提到个人主动社会化行为,没有讨论组织社会化策略与成员主动策略的互相作用,也没有讨论组织与成员之间的交互作用与社会化结果之间的具体关系。

研究组织社会化种种策略的目的是探求达成有效社会化的规律,包括较快获得社会化结果的因素,Reichers 模型的贡献正是探讨了组织社会化的速度。Reichers 在研究新成员特征、组织内成员特征和组织特征对各自社会化策略水平影响的基础上,研究新成员和组织内成员不同策略水平之间的互动对社会化速度的影响,并提出了一个社会化速度方格。只是,这一模型过于概括,没有研究组织社会化策略和新成员主动策略之间有怎样具体不同频率的互动,这些不同频率的互动对社会化结果又是怎样影响的。

Griffin 等的模型回答了两个问题:一是组织社会化策略是如何影响新成员采取各种主动社会化策略的;二是组织社会化策略是如何对新成员策略和社会化结果之间起调和作用的。Griffin 等在总结前人关于组织社会化策略和成员主动策略的基础上,讨论了前者影响后者的种种对应相关情况,还讨论了组织社会化策略影响新成员策略的社会化结果的对应情况,得出了组织和新成员之间交互作用的许多命题,为读者展示了组织与成员之间在社会化过程中交互作用的具体画面,补充了前两种模型笼统而不具体的缺陷。但这一模型没有讨论成员主动社会化策略对组织社会化策略的影响和反作用,也没有关注成员个体差异对组织社会化策略效果的调和作用。

此外,上述3种模型都没有考虑到组织本身的特征和新成员所从事工作的特征对社会化的影响。没有两个组织是完全一样的,组织的规模、大小、行业、内部业态、管理水平以及领导风格等存在种种差异,即使同一个组织在不同发展阶段也呈现不同的

特点,这种种差异对组织社会化过程必然会产生影响。而从成员个体的角度来看,其从事的工作也表现出种种差异,有的工作是人员导向的,有的工作是任务导向的,有的工作充满了变化因素,有的工作是完全程序化的,有的工作是富有意义的,而有的工作则是枯燥乏味的,与不同工作特征相对应的组织社会化的内容、范围、过程和目标也存在这样或那样的差别,也需要采取不同的社会化策略。因此,采取交互作用主义视角研究组织社会化,需要研究组织特征和工作特征对组织社会化策略和个人主动策略的影响。另外,这3种模型都没有进行实证验证,他们的研究可以说是探索性的。

#### 四、进一步研究的方向

综合以上分析,一个完整、全面、系统的组织社会化交互作用主义需要包含以下几个方面:①个体特征对组织新成员采取主动社会化策略存在的影响;②组织特征对组织采取的社会化策略存在的影响;③工作特征对组织社会化策略和个人主动社会化策略存在的影响;④组织内成员的特征对组织社会化策略和新成员主动社会化策略存在的影响;⑤组织的社会化策略对新成员的主动社会化策略存在的影响;⑥新成员社会化策略对组织社会化策略的影响;⑦个体策略和组织策略之间的互动作用;⑧在社会化的每个阶段存在的新成员、组织内成员和组织之间的交互作用,上一个阶段的交互作用对下一个阶段的交互作用存在的影响;⑨在动态社会化过程的视角下,下一个阶段社会化结果对上一个阶段社会化策略产生的反馈和逆向作用。

#### 参考文献:

- [1] MAANEN V J, SCHEIN E. Toward a theory of organizational socialization[ C ]//CUMMINGS L, STAW. Research In Organizational Behavior. Greenwich, CT: JAI Press, 1979:209-264.
- [2] JONES G R. Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers adjustments to organizations[ J ]. Academy of Management Journal, 1986( 29 ): 262-279.
- [3] JONES G R. Psychological orientation and the process of organizational socialization: an interactionist perspective[ J ]. Academy of Management Review, 1983( 8 ): 464-474.
- [4] REICHERS A E. An interactionist perspective on newcomer socialization rates[ J ]. Academy of Management Review, 1987( 12 ): 278-287.
- [5] GRIFFIN A E C, COLELLA A, GOPARAJU S. Newcomer and organizational socialization: an interactionist perspective[ J ]. Human Resource Management Review, 2000( 4 ): 453-474.
- [6] 时蓉华. 社会心理学[ M ]. 杭州: 浙江教育出版社, 1998: 91.