

工商人类学视野中的情感内卷化

——基于H公司的研究

王少杰¹, 王亚舟²

(1. 湖南人文科技学院 商学院, 湖南 娄底 417000;

2. 西那瓦大学 华夏国际商学院, 泰国 曼谷 10700)

摘要: 德国哲学家康德提出“内卷化”这个范畴;戈登威泽从文化模式变化的角度进一步丰富了内卷化这个范畴;人类学家吉尔茨通过对爪哇农业社会形态变化的长期研究,把内卷化这个范畴明确地引入经济学研究的范畴,并以一个现实的案例阐述了内卷化在现实经济社会中的存在状态。由此,内卷化理论成为经济学领域一个重要的理论体系。把内卷化理论引入组织微观领域,通过应用工商人类学的研究方法,分析了内卷化在组织文化建设中的具体表现,提出在组织行为层面,内卷化表现为“情感内卷化”。在组织文化构建的过程中,正是情感内卷化保证了组织成员的情感能够专注于组织而最大限度地降低了外界信息对其行为的影响,而组织文化正是借助情感内卷化融入组织成员的行为中,最终达到提升组织绩效的目标。情感内卷化在组织文化建设中的有效实施是通过建立严密的文化传播路径,营造一个融洽的组织成员交往环境,建立起组织成员对组织的高信任度,最终实现情感的内卷化。

关键词: 内卷化;情感内卷化;工商人类学

中图分类号: F270

文献标识码: A

DOI 编码: 11.7511/JMCS20210502

0 引言

“内卷化”现象是人类社会中普遍存在的一种社会心理行为,多年来,学术界对内卷化现象进行了深入的研究。但学术界的关注更多的是从其负面影响的角度进行研究的,这是否意味着内卷化一定是一种无助于事物向前演化的范畴呢?从事物演化哲学的角度来看,任何事物都具有两面性,“内卷化”也不例外。基于此,本研究引入工商人类学的研究方法,通过对目标案例的长期、持续观察,就内卷化在组织文化建设方面的表现进行深入分析,提出内卷化在组织情感的层面上具有积极影响。

1 文献回顾

1.1 内卷化

内卷化,又译为过密化,源于拉丁语 *involutum*,该词的原意是“转”或“卷”,发端于康德的哲学理论中。康德认为内卷化的重点在于内卷、内缠、纠缠不清的事物状态,同时还有退化复旧等意思^[1]。戈登威泽把“内卷化”定义为:一种文化模式达到某种最终形态以后,既不能稳定下来,也无法使自己转变到新的形态,由此处于内部不断复杂化的状态。即事物演化系统在受到外部扩张条件严密约束的条件下,其内部出现不断精细化和复杂化的状态,而在内部

收稿日期: 2020-01-02

基金项目: 湖南省应用特色学科“应用经济学”资助项目;湖南省自然科学基金面上项目“家长式领导人力资源系统探索:基于情感内卷化的分析”(2021JJ30381);娄底市哲学社会科学规划项目“多维内卷化破解视角下的娄底市乡村振兴模式与路径有效衔接路径研究”(202110B)

作者简介: 王少杰,男,汉族,陕西榆林人,博士,湖南人文科技学院商学院副教授,硕士生导师,研究方向为工商人类学;王亚舟,通讯作者,男,汉族,陕西榆林人,泰国西那瓦大学华夏商学院博士研究生,研究方向为战略人力资源管理。

细节过分精细化的情况下,这种形态获得刚性并进一步固化^[2]。内卷化是一个系统在向外扩张受到约束的条件下,其内部处于自我精细化的演化过程中^[3]。但有具体人类活动事件支撑的内卷化概念源于吉尔茨的《农业内卷化》一书:内卷化是指一种社会存在或文化模式在经历长期发展之后,当达到某一特定发展阶段时,其状态固化,并停滞不前或无法演化为另一种更高级模式的现象^[4]。华人学者黄宗智进一步发展了内卷化理论,他把那种通过在有限的土地上投入大量的劳动力来获得总产量增长的方式,称为没有发展的增长,即边际效益递减的发展方式,是一种增量不增质的发展状态,即发展的“内卷化”^[5]。杜赞奇在《文化、权力与国家:1900—1942 年的华北农村》中,提出了国家政权内卷化的概念^[6]。这种制度层面的内卷化造成人行为的反弹,并走向极端,引发社会巨变^[7]。有学者指出,从事物发展的一般规律来看,内卷化不一定是负面的,在一些特定的领域,可能有助于事物积聚能量实现进一步演化,也可能有助于保持事物的稳定并带来特定组织的有序演化的情境^[8]。

1.2 情感内卷化

情感内卷化是指满足企业稳定发展的,营造员工归属感的非经济利益^[9]。有学者通过深度研究中国本土公司的组织文化建设工作后,认为情感内卷化就是企业通过向广大员工传播组织文化,引导广大员工移情于企业,进而对企业产生情感依赖,由此给企业营造一个和谐、稳定的内部运营环境的人力资源管理行为^[10]。情感内卷化有助于员工对组织稳定预期的形成,推动组织持续发展,特别是在社会转型期的背景下,情感内卷化对于稳定人心,为变革创造环境有重要意义^[11]。情感内卷化有助于人们应对动荡社会环境下的信息流对自己行为的影响,特别是对于特定组织内部而言,情感内卷化有助于组织成员归属感的形成^[12]。这种组织认同感有助于调节情绪和情感的发展,防止情感的波动造成行为选择的波动^[13]。但是对组织而言,情感内卷化需要制度、政策的介入和企业社会责任的履行,由此解决员工情感波动对企业的影响^[14]。情感内卷化对员工组织归属感的影响主要通过组织文化传播的途径形成,

特别是对于那些处于价值观形成阶段的员工来说,通过组织文化的传播,可以促成他们对组织情感的内卷化,而减少再次择业的概率^[15]。

2 研究设计

2.1 案例方法选择

本研究以内卷化理论为研究切入视角,探讨本土企业组织行为中的情感内卷化问题,本着方便原则,本研究选择与我们有长期合作的 H 公司为研究案例,进行单案例研究。为了提高研究的信度和效度,本研究资料收集的跨度比较长,以便确保研究结论更具推广性。

2.2 案例企业选择

H 公司是一家有 130 多年历史的家族集团企业,至今已经传承到第五代人,具有典型性。作者从 2012 年开始与 H 公司合作,每年至少会去 H 公司 2 次进行资料收集,完善案例数据。通过这样一种持续的单案例数据收集,有助于确保研究数据的科学性、准确性,保证单案例研究也能做到良好的结论可复制性。

2.3 数据来源

本研究采用工商人类学方法收集数据,通过引入这种方法,可以不断发现来自管理现场的新问题,不断完善第一手收数据链,直到数据饱和为止。这就有效地解决了调查问卷提前预设问题造成的收集数据不足的问题,能够获取丰富的大量一手数据支撑理论建构。使用工商人类学方法的具体研究路径如图 1 所示。在具体实施数据收集的过程中,作者深入研究对象的日常生活背景中,以现场参与观察和无结构化访谈、组建焦点小组、查找影像资料等方式收集研究数据,将这种实地收集的资料转化为文本数据供研究分析使用。有学者指出案例研究中,使用多种来源的资料有助于研究者从多角度把握研究主题,使不同来源的资料相互印证,形成“证据三角”,从而使研究结论更为准确,更接近事物的真实情况^[16]。本研究在收集数据的过程中,采用三角验证的方法,就研究主题从多个方面收集有关信息,从而可以深度研究案例,提高数据采集的质量。作者做了数量可观的观察笔记和 9 小时 55 分的访谈录音,把这些繁杂的资料全部整理完后,总字数是 2.8 万字。把这些分散的资料初步整理并做好备忘录后,

得出研究案例的初步状况。在此基础上,根据梳理数据的备忘录,继续在目标案例公司进行数据补充收集。通过这个环节的资料收集,进

一步验证、补充、完善第一阶段的资料,获取全面的研究数据。

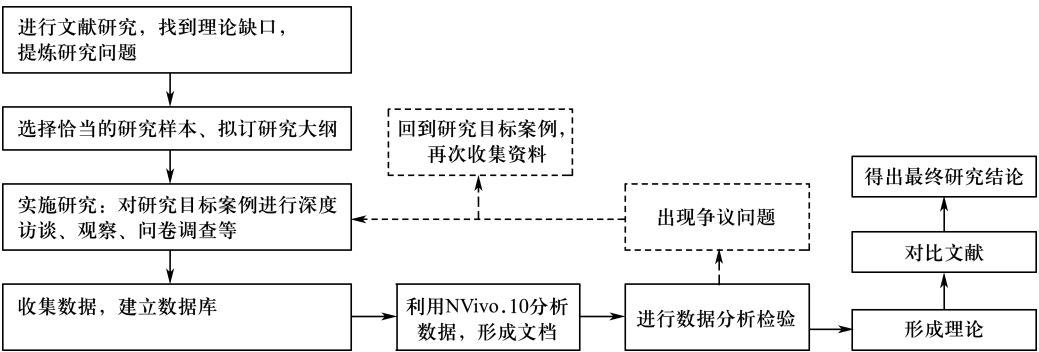


图1 研究方法路径图
Fig. 1 A diagram of the research method

3 数据分析

对于原始数据的处理,分为四个步骤:第一步,对于从案例企业的受访者哪里获取的事件或事项进行分类统计;第二步,按照质化研究的规范要求,对这些数据进行编码,在此基础上,按照同一性原则形成类别区分;第三步,精确识别每一个主类别下的子类别,进一步提高数据的清晰度;第四步,整合每个子类别下的项目,并对整合的子类别进一步归类、合并和提炼,避免重复与遗漏,最后形成研究范畴^[17]。具体来说,本研究利用 NVivo. 10 质化分析软件分析一手数据,形成三级编码文档,构建研究模型。

3.1 开放式编码

把资料转换成概念是开放式编码的第一步,本研究的范畴明确——情感内卷化路径分析。在进行资料登记录入时,经过筛选,最后形成与研究主题密切相关的文字资料 0.78 万字。为何出现 2.8 万字的资料最后有效资料才不到三分之一呢?原因在于访谈成员问了被访谈人员不少偏离主题的相关问题;另外,被访谈人员都做了很充分的准备,在整个访谈过程中,急于全面展现他们的“准备成果”,在谈到兴致所及的事件时也往往偏离主题,从而造成与主题无直接关系的资料出现。但从资料整理的结果来看,已经达到饱和,并没有影响研究内容^[18]。在这个阶段,作者以一种开放的心态来对待所收集回来的资料,绝对排除个人的价值观偏见

和有关文献资料的影响,将所有资料按照研究主题的范畴进行取舍,把与本研究主题有关的资料归类编码(即概念化的处理),最后按照资料呈现的属性进行分类。同时,在处理原始资料的阶段,一边进行登录一边写一些分析型的备忘录,通过这种方式,加强对资料认识的全面度,并且发掘出一些知识闪光点。特别注意当事人的表述词语和访谈者当初记录下的表情、语气、肢体语言等有关信息的变化。给每条编码进行命名,对资料提出尽可能多的问题,不断就相关的条目进行比较,并做好备忘录^[19]。

3.2 主轴式编码

这个阶段的主要任务是发现、建立概念之间的联系。这些联系包括:因果之间的关系、时间先后之间的关系、语义之间的关系、情境之间的关系、相似之间的关系、差异之间的关系、对等之间的关系、类型之间的关系、结构之间的关系、功能之间的关系、过程之间的关系、策略之间的关系等^[20],在这些关系的基础上进行范畴化的研究工作。本研究先将相关的概念进行整理分析,把那些已经达到饱和状态之概念再度聚合成范畴,在此阶段总共建立了 16 个范畴。

3.3 选择式编码

选择式编码是一个统合与精炼类别的历程,通过联结各个主要类别,并把这些类别统整成一个较大的理论架构,形成一个理论。本研究经过选择式编码阶段后共探究出 5 个核心范畴,即专业化、生活化、环境化、团队化、家庭化。

这里的核心范畴是指比范畴更抽象化的概念。具体见表 1。

这个阶段的主要研究任务是在已经发现的概念类属中,经过系统的逻辑判断分析后,选择核心类属将分析集中在与核心类属有关的编码上,这个核心类属在整个类属体系中具有提纲挈领的地位,它很容易与其他类属发生学理逻辑的关联。在此基础上,这些类属容易演化出一般性的理论,从而完成工商人类学研究的理论构建工作。本研究中,把这五个范畴概括为

表 1 三级编码表

Tab.1 A three-level coding table

选择式编码	主轴式编码	正放式编码代表性条目
专业化	职业化传播; 领导传播; 专门化传播	<div>1. 职业化讲解。公司培养了具有高素质的讲解员团队给来访者讲述公司的发展历程及公司文化。</div> <div>2. 专门的职能部门。公司通过设立宣传部这个专业化的部门来具体负责做公司与消费者、经销商、社区之间的公关事宜。</div> <div>3. 职能化的传播。通过专业的部门向外界传播公司做事的动机和出发点,进而把公司隐性的文化显性化。</div> <div>4. 领导带头。为了强化文化传播,我们公司把各部门负责人组织起来,形成一个由领导带头的文化实施小组,通过这个小组把公司文化落在员工行动中。</div> <div>5. 节日化。组织文化落地的重点在于“内化于员工之心”,特别要排除强制灌输的文化落地行为,比如我们通过设立组织文化节来推动文化内化于员工之心。</div> <div>6. 高管带头。组织文化是公司高管每月工作总结的重要内容之一。</div> <div>7. 干部责任。通过建立管理干部第一责任制度,全面激活公司组织文化落地的活力,在这个过程中,如果出现问题,公司会第一时间引导。</div> <div>8. 主管责任。组织各部门干部在推动组织文化落地的过程中具有重要作用,在他们的带动下,组织文化融入员工的行为中会更为容易</div>
		<div>1. 传播贴近社会关切。我们公司每年的文化生活会综合多方面因素来具体确定,比如密切关注社会发展动态、围绕公司价值链优化、密切关注国家相关政策。</div> <div>2. 公益活动途径传播。公司每年会在全国一线、二线城市举办形式多样的公益活动,通过这种方式把公司对绿色地球的理念传播给大众,比如我们公司的万人赤足行公益活动。</div> <div>3. 文体活动途径传播。文体运动是促进人际交往有效性的重要媒介,我们公司正是通过举办丰富多彩的文体活动把公司的组织文化从多个角度展示出来,让组织成员潜移默化地接受。</div> <div>4. 传播模式娱乐化。组织管理会议往往是枯燥乏味的,是被广大组织成员抗拒的。基于这种情况,我们公司发动全员,设法优化会议模式,为枯燥的会议植入多样化的娱乐元素,引导员工在轻松愉悦的状态下接受公司文化。</div> <div>5. 与合作伙伴联合活动。公司根据发展战略规划,每年会举办多样化的组织建设活动。在实施这些活动的过程中,我们会根据不同的主题,邀请公司的业务合作方参与进来,让他们通过具体的事件来体会、感受公司的组织文化。</div> <div>6. 活动专题化。公司的核心价值观的落地过程,就是我们每年系统开展专项活动的过程。通过主题鲜明的专项活动,组织文化落地生根,由此增进员工与企业、员工与员工之间的亲切感,从而提高组织的运行效率</div>
生活化	关注社会现实; 关注员工; 关注合作伙伴; 关注特定主题	
环境化	装饰文化; 文化物化; 文化直观化。	<div>1. 文化直观化。我们公司的办公场所装修的过程中,通过使用特定的有寓意的符号来体现公司文化。</div> <div>2. 文化物化。公司会议室的顶部装修时放了一个巨大的太极图,以此体现中国阴阳哲学,在一块巨大的文化石上镌刻公司的核心价值观,体现重于泰山的理念;公司在装修过程中,特意把行政楼的上下层贯通出一个巨大的圆形空间,在这里雕塑了一个巨大的火炬造型,由此向广大员工传递出激情似火的工作理念;公司小会议室的座椅全部是 360°自动旋转椅子,以此来引导管理干部决策时要有换位思考的理念,化解决策中的分析,提高决策效率。</div> <div>3. 用实物做道具具体现价值观。公司购买一架直升机停放在会议大厅门口,向广大员工展示公司的“直升机管理思维”理念。</div> <div>4. 文化情景化。公司会议大厅的正面墙壁被改造成室内攀岩壁,鼓励员工工间休息时去攀岩体验创业的不易,由此把艰苦创业精神和坚忍不拔的精神传递给员工;公司会议大厅悬挂了一个北斗七星造型的灯,以此寓意公司的管理人员要像北斗七星一样指引公司前进的方向,带领员工前进</div>

(续表)

三级编码	二级编码	一级编码代表性条目
团队化	团队沟通；	1. 成员互识制度。公司的组织管理程序明确规定,基于事项组建团队时,团队成员要有一个互相介绍制度,保证公司与员工之间的充分了解,达成信任,建立共同的目标,然后学习公司文化。
	团队精神；	2. 团队学习平台。公司为全体员工开发了一个公共学习平台,引导员工在这个平台上体验公司文化。
	团队建设。	3. 团建经费。公司每年给每位员工发放 2 300 元团队建设经费,这笔费用的使用途径由每一个团队的全体成员共同协商决定,但是这个费用绝对不能私分,一定要围绕公司文化建设主题,通过开展具体的活动将费用支出。
家庭化	类家庭工作环境；	4. 团队精神培养。我们通过这种多样化的团队建设,及时发现员工心智模式的变化,积极引导员工树立合作精神,培育良好的沟通组织能力。
	如家的关爱；	5. 团队合作精神。我们认为合作共事、团队精神是公司核心竞争力培育的关键之所在。
	事业生活化。	6. 调动团队成员积极性。每次进行团队建设活动时,每一位参与员工都必须从自己的角度对公司文化进行具体解说,由此给广大员工营造出一个展示自己人生的舞台,如果理解偏离公司文化主线,团队管理干部应及时纠偏
		1. 打造类家庭工作环境。公司就餐制度实施的是“围餐制度”,即每次吃饭 8 个人一桌,凑够 8 个人这桌方可开饭。通过这样的方式,把员工由个体层面的“我”变成集体层面的“我”,进而变成企业层面的“我”。
		2. 事业生活化。公司倡导健康、家庭、事业三平衡理念,我们在一起做事,也在一起生活。工作是生活的一部分,由此延伸到家庭生活。
		3. 环境家庭化。为了引导新员工尽快融入公司文化氛围中,公司为员工准备了全信息化的宿舍和丰富业余生活的多功能信息室、现代化的图书馆、齐全的体育设施。
		4. 文化生活化。公司为员工提供较好的工作设施,让员工真实的感受公司“思利及人”的文化。
		5. 关爱员工。2005 年,公司有一位贵州员工的家中发生突发性事件,该员工非常着急,公司领导担心他在路途中有安全问题,派了专车和专人护送这位员工回家,这位员工用最快的速度处理完家事,返回到公司,全身心地投入工作中。
		6. 营造类家庭的氛围。我们在公司日常管理的各个环节中营造一个良好的工作氛围,让员工在公司有一种心灵的归属感,最大限度地降低员工的流失率

组织情感内卷化演化路径。在这个理论范畴下,对原始数据资料进行进一步的分析,归纳得出的观点为:第一,组织情感内卷化的有效性受制于专业化的平台;第二,生活化是吸引员工感情聚焦的好方法;第三,通过环境化把员工的情感聚焦于公司;第四,通过团队化强化员工情感聚焦于公司;第五,家庭化让员工情感获得安全聚焦。

3.4 五个核心范畴的共现系数分析

共现系数是通过对文档数据的重复性检测

来表示编码之间的关联度。在实施共现系数检测的过程中,选择使用 ATLAS. TI 软件来进行计算分析,该软件具有精确的计算质化数据的共现系数功能,基本操作原理是将整理好的质化数据 WORD 文档输入 ATLAS. TI 软件中,通过 ATLAS. TI 软件导出本研究核心范畴共现系数的计算结果,见表 2。

表 2 的数字组中,前面的数字表示该范畴在编码中的重合次数,后面的数字表示经过计算的共现系数。共现系数为 1~0,数值越大,

表 2 核心范畴共现系数表
Tab. 2 The co-occurrence coefficients of the core categories

专业化	生活化	环境化	团队化	家庭化
20—0.92	24—0.95	17—0.74	21—0.85	26—0.98

说明影响程度越高,数据的饱和度越高。通过表 2 的计算结果,可以从量化的层面看到 5 个核心范畴的具体影响程度,并发现以下几个

问题。

第一,从表 2 中的数值可以看出,这 5 个范畴的共现系数为 0.74~0.98,说明这 5 个范畴

对于情感内卷化的形成具有显著意义。其中家庭化和生活化这两个范畴具有重要的意义。

第二,家庭化的共现系数为 0.98,说明这个范畴对员工情感内卷化的实现具有非常重要的意义,这种情况的出现与中国人的家文化传统有重要关系,这也表明组织建设的过程中,营造一个家庭化的工作系统对组织发展的重要性。

第三,生活化和专业化的系统数分别为 0.95 和 0.92。说明这两个范畴在中国员工情感内卷化的实现中具有重要的意义。生活化这个范畴的共现系数达到 0.95,说明员工非常在意日常工作过程与生活的衔接,把二者隔离开来的组织管理行为不会受到中国员工的认可。

专业化这个范畴的共现系数为 0.92,说明员工对于组织的规范化运作比较看重,因为在这样的组织中有利于自身能力的提升,有助于化解人为因素对工作的干预,也有助于员工情感的内卷化,提高对组织的忠诚度。

第四,团队化和环境化的共现系数分别为 0.85 和 0.74。说明这两个范畴在员工情感内卷化过程中起着辅助作用,这种作用具体表现为“催化”员工情感内卷化在组织中的实现,成为衔接组织文化与员工行为的“桥梁”。

3.5 模型构建

用质化分析软件 NVivo. 10 进行逻辑分析后,5 个核心范畴之间构成的情感内卷化逻辑关系如图 2 所示。

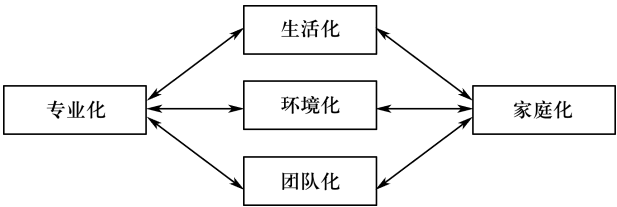


图 2 情感内卷化逻辑关系

Fig. 2 The logical relationship of the emotional involution

从图 2 可以看出,企业在组织文化建设的过程中,若要实现员工情感内卷化而把自己的情感聚焦于组织,需要构建一个专业化的组织文化建设平台,依托这个平台开展具体的组织文化建设。这种组织文化建设在专业化平台的支撑下,会为广大员工营造出一个类家庭的工作环境,通过这种工作环境把员工情感聚焦于组织,提高员工的组织忠诚度,而这种忠诚度会进一步强化组织的各类活动,并进一步强化组织的专业化平台建设。这种互逆关系正是组织层面上实现情感内卷化的路径模型的体现。专业化的平台决定情感内卷化能否发生,以及情感内卷化程度的高低。家庭化因素决定情感内卷化发生的情境,以及情感内卷化对员工的影响程度,对企业的影响程度。生活化、环境化和团队化是引导情感内卷化发生的手段,是推动情感内卷化不断前进的动力之所在。在工商管理中,应用情感内卷化模型时,要整体把握这个模型,单纯应用其中的若干要素很难取得效果,甚至会起到反作用。情感内卷化有助于员工对组织稳定预期的形成,推动组织持续发展^[21]。

工商管理实践既是一个文化付诸行为的过程,又是文化环境影响人行为的产物^[22]。特别是在组织文化建设中,情感的内卷化尤为重要,情感内卷化的发生程度决定着组织文化影响力,决定着组织文化建设的成败。因为,文化既不是自然的,也不是人为理性设计出来的,而是一种由习得的行为规则构成的传统,是分散的个体通过追求自身利益最大化,在互动与博弈后产生的彼此认同的规则(即“内部规则”——文化传统),并在此基础之上产生了人们相互交往的自发社会秩序^[23]。情感内卷化正是这种“文化传统”得以形成的基础,由此,在组织内部形成良好的运营秩序。

4 对模型的理论解释

4.1 情感内卷化

组织文化融入员工行为需要经历一个漫长的过程。其间,企业需要通过诸多途径营造一个良好的人性化的工作氛围和环境,让员工获得真实的存在感和归属感,与企业建立起良好的信任关系,实现组织文化对员工行为的深度

影响进而融入员工行为,变成员工在日常生活行为中的一部分,使组织文化与员工日常生活深度一体化。这种组织文化传播模式可称之为填充型组织文化模式。所谓填充型组织文化模式,就是与移植型组织文化模式相对应的一种组织文化模式。在中国组织日常组织文化管理实践中,大多数组织文化模式属于移植型组织文化模式,即企业通过学习标杆企业的组织文化,模仿标杆企业的文化模式,对标这种组织文化,快速构建自己的组织文化,实现组织文化由无到优的转化。这种组织文化构建模式的优点是速度快、成本低、结构完善度高,但是这种模式的一个巨大缺点是可实施性不太好,落地能力比较差,往往“浮”在空中,成为企业管理的口号。

案例公司的实践说明,组织文化系统需要与其内部存在的各种亚文化之间做出区隔,组织文化系统需要与其外围文化系统之间形成一道“防火墙”,只有这样才能在组织文化建设中避免受外界影响而有效推进^[24]。对于这样一种价值观传播自我填充过程、情感自我聚焦过程,我们称之为“情感内卷化”,即通过高密度的传播路径,把员工的情感聚焦于组织,让组织外围的文化失去在组织内部生存的根基,由此在组织内部编织起一张严密的情感之网,使员工的情感内卷化。有学者指出情感内卷化就是组织通过向广大成员传播组织文化,引导广大成员移情于组织、聚焦于组织,进而对组织产生情感依赖,由此给组织营造一个和谐、稳定的内部运营环境的人力资源管理行为^[25]。可见,在新古典主义经济学层面上来看,情感内卷化是实现组织与员工一体化的“纽带”。在工商人类学家看来,组织是员工在与旧的文化体系不断互动中创建的新的文化体系。由此,组织的改变是文化改变的代名词^[26]。情感内卷化是这种改变得以有效发生和持续推进的关键之所在。H公司的这种组织文化变迁模式正是通过情感内卷化实现了用公司新文化取代员工自身携带的旧文化的转变,造就公司强势的组织文化。情感内卷化是个体自身文化与组织文化深度融合的过程,组织文化建设的成败和效果,是情感内卷化在组织文化落地中的体现。为此,良好的组织文化建设一定是一个组织文化潜移默化影响个体行为、改造个体文化的过程,最终实现

个体文化与组织文化相互融合,这就是情感内卷化。

4.2 情感内卷化的路径

4.2.1 专业化

专业化的组织文化建设绝不是由专门的职业化的个人去负责的,而是要在组织内部构建一个职业化的工作系统来发挥作用,这样才能把组织文化推向前进^[15]。这也印证了组织文化是一个系统,需要诸多环节的整体配合、协作来实现其落地。公司是一个向广大员工传播关爱、落实企业社会责任的平台,以社会责任的履行来带动组织文化的落地,通过彰显企业责任向企业内外传播公司的正面形象。通过职业化带来企业运行的规范化,有助于向广大员工提供可预期的行为空间,提高员工自动自发的能力,把文化融入员工的行为中。由此,引导员工的情感聚焦于公司,进而推动公司前进。这也印证了韦伯所阐述的:在每个社会中,文化深深地影响着人们的经济活动,所以经济行为完全是文化价值观的产物^[27]。可见,情感内卷化需要通过专业化的行为来发现、营造特定的事件,以此为牵引事项,引导员工移情于组织,把外在的情感内化于组织,进而忠于组织。在此基础上,实现组织依托特定事项凝魂聚气,为组织前进集聚精神动力,推动组织前进。也就是说,组织文化建设绝不是组织中个别人随心所欲发挥的结果,而是一个科学的工作系统运作的结果。从案例访谈数据来看(表1),专业化的过程是一个组织建设过程中自上而下到自下而上的反复互动过程,是通过不同层级的负责人首先自身实现了情感内卷化,由此带动下属的情感内卷化,进而实现整个组织的情感内卷化,在这种内卷化的过程中把组织文化自然地融入组织成员的行为中,实现内卷化与组织层级、组织文化以及员工对组织忠诚度的有效统一。这个作用机理如图3所示。

4.2.2 生活化

组织文化建设绝不是一种空洞的、神秘的管理行为,而是具体的、鲜活的、生活化的具体事项,甚至是一些娱乐化的项目。为什么在这种生活化、娱乐化的情景中能使员工更好地接受组织文化?国外的一项文化心理学研究事例表明,在面对一个重要的感知对象时,生活在集体主义文化(如中国人)中的人能更好地抓住情

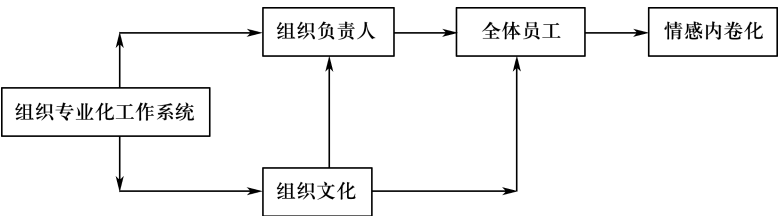


图 3 专业化工作系统对情感内卷化形成的作用机理

Fig. 3 The function mechanism of the professional work system on the formation of emotional involution

境信息,情景信息影响文化信念的确立,进而能够影响行为^[28]。为此,员工情感内化于企业价值观需要更为直观的事件来引导,而组织文化通过生活化、娱乐化的环节,正好把员工置身于生活化的文化环境中,使员工接触到的大多是与组织文化有关联的信息,由此全面激发员工联觉效应,从而把自身沉浸于组织文化中。对于在这样的生活化文化环境中长期“浸泡”的广大员工,组织文化对其行为产生的影响是不言而喻的,会以“润物细无声”的方式体现在员工行为中,把员工的情感牢牢地固化在组织中。所以,通过形式多样的活动,把员工的情感逐步“固化”在公司,由此,牵引着员工情感与公司发展一同前行^[29]。这种生活化的特定组织行为,在组织管理实践中成为“拉动”员工个人情感与组织价值观深度融合的重要推手,从而实现员工情感的内卷化。从访谈数据来看(表 1),工作与家庭生活的平衡是组织文化得以落地的重要因素之一,这种平衡的形成是情感内卷化得

以发生的关键因素之一。因为工业化浪潮在中国快速推进的过程中,城市化、信息化造成我们的生活节奏越来越快,工作与家庭生活之间的冲突越来越突出,并成为不少组织管理者的一个棘手问题,只有平衡了这个问题,才能更好地实现组织成员行为与组织战略目标的匹配。而生活化的工作系统中,能较好地实现组织内部层级之间的人际关系和谐,有助于组织文化潜移默化地融入组织成员行为中,实现组织成员的情感内卷化,最终铸就组织成员对组织的忠诚。特别是随着第四次工业革命的快速推进,在物联网即将进入人类日常生活的背景下,生活在城市中的人们的生活节奏会进一步加快,这会造成组织成员的“非物质压力”空前增强,给组织的管理带来空前的压力。由此,把情感内卷化导入组织管理中,通过营造组织工作环境生活化的氛围来缓解组织成员的“非物质压力”,将是提高组织运行绩效的不二选择。其作用机理如图 4 所示。

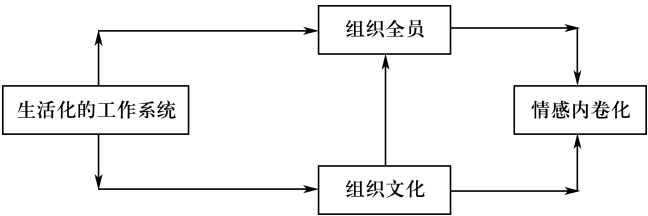


图 4 生活化工作系统对情感内卷化形成的作用机理

Fig. 4 The function mechanism of the living work system on the formation of emotional involution

4. 2. 3 环境化

公司通过对员工工作环境的精心规划,把组织文化符号系统深深地嵌入公司建筑物设计和内部装修设计中,以此通过直观的事物“映射”公司的文化理念,营造一个自然化的符号文化氛围。员工走进公司这个环境中,可以潜移默化地接受公司组织文化理念,并逐步内化于

员工行为中^[30]。因地制宜地开展组织文化干预策略是有效开展组织文化落地工作的重要手段,也是优化组织文化的重要途径,更是提升组织文化与组织成员行为匹配程度的关键之所在^[31]。把办公场所文化符号化,让员工在特定文化符号的空间中工作,把员工的情感与特定场所紧密联系起来,这是组织文化建设成功的

又一重要因素。任何文化都是通过特定的符号来体现的,这些文化符号成为吸引员工注意力,并把员工情感黏附于组织的重要载体。这些黏附情感的载体进一步成为组织与组织成员之间联系的物质桥梁,并由此推动组织文化建设的持续深入。特别是大数据时代的来临,人们的行为高度数字化、透明化,在这样的背景下,组织吸引成员留下来一起成长,客观上需要为成员提供一种良好的、有意义的工作环境^[32]。可见,通过精心设计组织成员的工作环境,对于提升组织与成员之间的紧密关系具有重要的意义,这些文化符号把公司的价值观输送到员工的意识形态中,逐步沉淀为员工组织行为的重要部分。从访谈数据来看(表1),环境化的工作系统是影响组织成员认识、理解、内化组织文化的一个重要的辅助系统。文化主题鲜明的工作环境可以最为直观、最自然地再现公司的价值观。组织成员长期在这样的环境中工作,会在没有强迫感的氛围下完成对组织价值观的认同,最终实现对组织的情感内卷化,这就会间接地提高员工的组织忠诚度,降低因价值观差异而造成的员工流失问题。

4.2.4 团队化

科学的公司团队建设活动是传播公司价值理念的重要途径,有效的公司文化传播离不开团队建设。这就要求公司在实施团队建设的过程中,一定要围绕公司文化这一条主线展开,而活动过程的具体环节要紧密围绕公司价值观,处处体现公司的理念。由此为广大员工营造一个浓郁的组织文化氛围,让员工切身感受到自身所在公司良好的生存“软环境”,从而能够静下心来,全身心地投入公司的事业中。通过团队的力量营造浓郁的集体氛围,由此“牵引”员工的情感,逐步改变员工的心智模式^[33],这是推动员工情感内卷化的又一个重要因素。

从员工的成长文化背景来看,中国员工是在有着悠久的集体主义传统的文化环境中成长起来的,这种文化传统与中国悠久的大一统历史一脉相承,家国情怀为主的集体主义精神已经深深地印在每个中国人的行为中。有西方学者的长期研究表明:在人种繁衍的过程中,一旦某种文化潜在特质的环境适应性形成并固化,负责存储和传递文化能力的认知神经结构在遗传选择的作用下会得到进一步“提炼”这种环境

适应性的文化特质信息,并通过遗传的方式在代与代之间传承。为此,中国人的这种集体主义的文化特质在人种基因遗传选择的进化过程导致了华人心理和神经过程的文化差异,而这种心理和神经过程在文化特质的遗传过程中起到内生表型的作用。这种特殊的文化信息内生表型的作用进一步通过遗传的方式进行代际延续,把集体主义的文化特质传递给下一代,使某些显性的文化特质在特定的群体中固化^[34]。现代遗传学的实验研究表明:人类基因具有明显的文化特质差异性,主要是由于一个特定基因的等位频率来体现的,这种现象会在多个进化过程中存在而造成不同族群文化特质的差异,比如人种进化中的自然选择、遗传漂变等^[35]。因此,集体主义的文化因素对于中国员工来说,是根植在其基因中的文化信息,拥有这种文化基因的员工被组织文化熏陶时,为其营造一个集体化的文化软环境应该是最为便捷、有效的途径。这也是形成组织共享感知、建立群体情感表达的不二法门^[36]。可见,通过团队化的路径诱导员工情感内卷化,是实现情感内卷化与组织进步协同前进的关键之所在。从访谈数据来看(表1),团队化的工作系统有助于组织成员之间充分交流互动,达成分工协作的组织氛围,在这种氛围中,组织成员可以通过这个工作系统找到有效完成工作任务的途径,形成对组织价值观的认同,进而融入自己的组织行为中,最后在心理上完成“社会人”到“组织人”的转变,实现情感的内卷化,提高对组织的忠诚度。特别是当组织成员习惯了这种工作系统以后,相关人员会在行为上依赖于组织,这样的忠诚度不是喊喊口号就能实现的,而是一种发自内心的对组织的情感依赖。此外,在这个工作系统中,传统的组织科层结构被团队淡化,有效地解决了上下级之间的沟通障碍问题,形成上下同心的组织运行状态。

4.2.5 家庭化

从人类文化的整体性方面来考量不同的文化特点,中国文化最为突出的特点是家的文化。在中国人的内心世界里,家就是他们的精神“麦加”,作为企业,要赢得员工的信任,在组织中营造一种类似家庭的氛围是重要的手段,也是最为有效的手段。在家庭化的文化生活背景下,员工会更易认可、接受公司文化,把公司的价值

观融入自己的行为中。有科学研究表明:文化因素塑造着人们对其自身情绪的体验、表达、识别和调节的偏好。相对于欧美人高唤醒的正性情绪群体,以中国人为代表的东亚人的情绪体验是低唤醒类型的,这就造成东亚人比欧美人在日常行为中更倾向于自我抑制情绪^[37]。显然,这种情绪的自我抑制行为应该是受儒家文化长期熏陶的结果,特别是中国人在这方面表现得尤为突出。因此,企业需要及时发现员工的自我抑制情绪,防止其情感远离组织,引导组织成员形成基于组织的情感内卷化,进而在组织中健康成长、愉快工作^[38]。让员工在公司这个类家庭的工作环境中找到自己的精神归属,把自我情感安放在组织中,实现自身发展与公司进步的统一^[39]。可见,创造一种健康的组织文化并被所有组织成员一起追随是非常重要的,管理人员通过组织领导的途径,营造一种和谐、共生和现实的良好组织文化。这就要求企业一定要引导员工的个人情感聚焦于组织,这是推动一个组织实现可持续发展的关键因素之所在,特别是对于中国员工来说,组织营造的“宾至如归”的工作环境是企业所有者和最高管理者尊重员工、爱护员工的最重要表现之一。由此可以最大限度地调动员工的潜能,实现员工与企业一起成长的发展目标。

从访谈数据来看(表 1),家庭化的工作系统有助于组织成员之间在最短的时间内达成人际信任,有效降低组织成员之间因信任磨合而造成的组织运行成本。这个工作系统对中国员工来说非常重要,一个良好的组织一旦构建起这样的系统,意味着员工之间的“交心”工作状态形成,一旦员工之间的心理隔阂消除了,他们之间的工作协作效率会极大提升。由此,公司提供的工作舞台就相当于给员工提供了一个人生展现的平台,可以促使员工最大限度地发挥潜能。因为在快速推进的工业化过程中,人与人之间的关系由传统农业社会的“熟人关系”转变为城市化的“陌生人关系”。在这种转变的过程中,会造成离开土地的组织成员加入工业化“洪流”的过程中出现“心安何处”的恐慌。西方工业化的完成前后经历了三百多年,这个演化过程为工作个体的心理模式转变提供了有效的缓冲时间。而中国的全面工业完成只用了七十年,这个飞速的工业化,造成短期内大量的农业

人口转移到工业领域,大量的农村人口转移到城镇中,城市化快速推进。这给个体劳动者的心理产生巨大的冲击。但是中国人天生对“家”的心理依赖是永远无法磨灭的,现实中出现不少组织的员工大进大出的问题,这其中的原因很多,但缺乏家庭化的工作系统是一个非常重要的问题。缺乏这个系统无法让员工对组织情感内卷化,会造成员工对组织的“移情”,进而造成员工频繁“跳槽”,特别是对于刚参加工作的新员工来说。对于中国员工来说,这个工作系统是提高其对组织忠诚度的关键因素之一,特别是独生子女一代成为生产一线主力的背景下,这个工作系统的良好运行对提高员工的组织忠诚度尤为重要。

5 结 论

在工商人类学层面,对于情感内卷化问题的研究还处于初期探索阶段,本研究应用工商人类学的研究方法,以工商人类学的视角就此问题做了一个初步的探讨。研究样本持续聚焦于一家公司,通过对这家公司进行微观层面研究,得出情感内卷化的基本路径为:专业化的工作系统、环境化的工作系统、生活化的工作系统、团队化的工作系统、家庭化的工作系统。通过这五大系统的运行来实现情感内卷化,提高成员的组织忠诚度,进而提高组织的运营效率。这是本文对古典经济学的内卷化理论在工商人类学的层面上就企业内部微观运作进行探讨的新成果。情感内卷化现象在组织运行的过程中普遍存在,特别是在华人组织中,这种现象尤为突出。下一步,有待于扩大研究样本,展开更全面的研究。在条件许可的情况下,计划开展大样本的访谈、观察,进行量化的分析使研究结论更有说服力。

参考文献:

[1] Wang S, Tu Y, Liu S. The evolution of state-owned enterprises in South China: The choice of property right system perspective [J]. *Anthropologist*, 2014, 18(1): 103-111.

[2] 王少杰, 中国传统文化、企业文化建设、企业的可持续成长: 构建一个中国本土化的企业文化理论 [J]. *澳门科技大学学报*, 2013(2): 82-93.

[3] Wang S, Tu Y. Involution research and organizational culture construction: A business anthro-

- polological case study in China [J]. *Anthropologist*, 2016, 24(2): 526-533.
- [4] 田广, 罗康隆. 经济人类学 [M]. 银川: 宁夏人民出版社, 2013.
 - [5] Hung C J, Huang P C. Plasma homocysteine levels in Taiwanese vegetarians are higher than those of omnivores [J]. *The Journal of Nutrition*, 2002, 132(2): 152-158.
 - [6] 杜赞奇. 文化, 权力与国家: 1900—1942 年的华北农村 [M]. 南京: 江苏人民出版社, 2003.
 - [7] Sakwa R. Beyond the involution of Europe? Monism and relations with Russia. Part 2 [J]. *Political Studies*, 2019, 19(1): 59-76.
 - [8] Wang S J, Tu Y L. Involution research and organizational culture construction: A business anthropological case study in China [J]. *Anthropologist*, 2016, 24(2): 526-533.
 - [9] Johnston A, Malabou C. Self and emotional life: Philosophy, psychoanalysis, and neuroscience [M]. New York: Columbia University Press, 2013.
 - [10] 王少杰. 中国企业文化演化研究 [M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2016.
 - [11] Chan P F Y. The meaning of involution of welfare and its institution in the transitional period: Narrative analysis of the experiences of the laid-off women workers who seek and receive assistance during unemployment and poverty in the cities [J]. *China Journal of Social Work*, 2014, 7(2): 213-216.
 - [12] 王少杰. 企业文化演化路径及对绩效影响的实地研究——基于工商人类学视角的分析 [J]. *山西财经大学学报*, 2015, 37(7): 71-84.
 - [13] Thompson R A. Emotional regulation and emotional development [J]. *Educational Psychology Review*, 1991, 3(4): 269-307.
 - [14] Jian-rong Z Y K F. Emotional sociological analysis to the migrant workers' depression [J]. *Urban Problems*, 2011(11): 18.
 - [15] 王少杰. 中国企业文化的演化模式探讨 [J]. *管理世界*, 2013(2): 168-169.
 - [16] 王少杰. 社会资本视野中的家族企业治理研究 [D]. 澳门: 澳门城市大学, 2011.
 - [17] 王少杰. 中国企业社会责任模型探索——对企业社会责任层次论的反思 [J]. *管理案例研究与评论*, 2014(3): 208-222.
 - [18] 王少杰, 涂玉龙, 李玮. 威权领导与新生代员工行为匹配问题研究 [J]. *湖北民族学院学报: 哲学社会科学版*, 2018, 36(4): 15-22.
 - [19] 王旭. 传统文化视野中的企业文化建设案例研究 [D]. 广州: 华南理工大学, 2013.
 - [20] 王少杰. 中国家族企业传承与治理研究 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2020.
 - [21] Chan P F Y. The meaning of involution of welfare and its institution in the transitional period: Narrative analysis of the experiences of the laid-off women workers who seek and receive assistance during unemployment and poverty in the cities [J]. *China Journal of Social Work*, 2014, 7(2): 213-216.
 - [22] Elena P, Annalisa M, et al. PGC-1 α induced browning promotes involution and inhibits lactation in mammary glands [J]. *Cellular and Molecular Life Sciences*, 2019, 76(24): 1-15.
 - [23] 靳涛. 关于演化经济学思想的比较: 凡勃伦、熊彼特、哈耶克 [J]. *经济科学*, 2002(4): 35-43.
 - [24] 王少杰. 中国家族企业传承与治理研究 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2020: 105-115.
 - [25] Vladykina V E, Shkalikov A A. Spectral properties of ordinary differential operators with involution [J]. *Doklady Mathematics*, 2019, 99(1): 5-10.
 - [26] 田广. 管理与工商人类学 [M]. 银川: 宁夏人民出版社, 2018.
 - [27] 马克斯·韦伯. 新教伦理与资本主义精神 [M]. 阎克文, 译. 上海: 上海人民出版社, 2010.
 - [28] Kitayama S, Kawahara M. Noise reduction of high-speed trains by installing an external flush gap shroud [C]. *Inter-noise and Noise-Con Congress and Conference Proceedings*, 2003.
 - [29] 王少杰. An exploration of the impact of digital employees on human resources change from the perspective of economic anthropology [J]. *湖北民族学院学报: 哲学社会科学版*, 2019, 37(4): 131-137.
 - [30] 王旭. 传统文化视野中的企业文化建设案例研究 [D]. 广州: 华南理工大学, 2013.
 - [31] 王少杰, 涂玉龙. 利比希最小因子理论视角下的民族地区企业软实力体系构建路径探索 [J]. *西安电子科技大学学报: 社会科学版*, 2019, 36(3): 35-39.
 - [32] 埃里克·布莱恩约弗森, 安德鲁·麦卡菲. 第二次机器革命 [M]. 蒋永军, 译. 北京: 中信出版社, 2016.
 - [33] Girnius N, Edwards Y J K, Davis R J. The cJUN NH2-terminal kinase (JNK) pathway con-

tributes to mouse mammary gland remodeling during involution [J]. *Cell Death & Differentiation*, 2018, 25(9): 172.

[34] Aylor D, Price E, Carbone I. SNAP: Combine and map modules for multilocus population genetic analysis [J]. *Bioinformatics*, 2006, 22(11): 1399-1401.

[35] Faa V M, Ventura A P, Fitzgibbon M P, et al. Proteomic analysis of ovarian cancer cells reveals dynamic processes of protein secretion and shedding of extra-cellular domains [J]. *PLoS ONE*, 2008, 3(6): 42-45.

[36] 埃德加·沙因. 组织文化与领导力 [M]. 章凯, 罗文豪, 朱超威, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2014.

[37] Tsai J L, Miao F F, Seppala E. Good feelings in christianity and buddhism: Religious differences in ideal affect [J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2007, 33(3): 409-421.

[38] Joshua B B, Veronika M, Elise M D, et al. Rapid autophagic regression of the milk gland during involution is critical for maximizing tsetse viviparous reproductive output [J]. *Plos Neglected Tropical Diseases*, 2018, 12(1): 16-25.

[39] 斯蒂芬·P. 罗宾斯. 组织行为学精要 [M]. 郑晓明, 译. 北京: 机械工业出版社, 2014.

The Emotional Involution from the Perspective of Business Anthropology: A Case Study Based on H Company

WANG Shao-jie¹, WANG Ya-zhou²

(1. Business School of Hunan University of Humanities and technology, Loudi 417000, China;
2. Huaxia International Business School of Sinawa University, Bangkok 10700, Thailand)

Abstract: German philosopher Kant put forward the category of “involution”, which was further enriched by Gordon Weitzer from the perspective of cultural model changes. Anthropologist Giltz introduced involution into the category of economic research through long-term research on the change of agricultural social forms in Java, and illustrated the involution in real economic societies with a practical case. Therefore, the involution theory has become an important theoretical system in the field of economics. In this study, the theory of involution is introduced into the micro field of an organization. By applying the research methods of business anthropology, the specific performance of involution in the construction of organizational culture is analyzed, and it is proposed that at the level of organizational behaviors, involution is expressed as “emotional Involution”. In the process of organizational culture construction, it is emotional involution that ensures the emotions of organizational members to focus on the organization and minimize the impact of external information on their behaviors. Organizational culture is integrated into the behavior of organizational members with the help of emotional involution, so as to achieve the goal of improving organizational performance. The effective implementation of emotional involution in the construction of organizational culture is to establish a close cultural communication path, create a harmonious communication environment for members of the organization, establish a high degree of trust in the organization, and finally realize the internalization of emotions.

Key words: involution; emotional involution; business anthropology