

知识型新移民城市文化认同 对城市文化融入行为倾向的影响

郑诗诗¹ 邓静欣¹ 汪洪艳^{1,2}

(1. 湖北理工学院经济与管理学院, 湖北 黄石 435000;

2. 长江中游矿冶文化与经济社会发展研究中心, 湖北 黄石 435000)

摘要: 知识型新移民是城市建设的中坚力量, 探究该群体的文化认同与融入行为倾向对获取城市发展的社会资本具有重要意义。本研究拟以 395 名知识型城市新移民为研究对象, 采用问卷调查法, 从个体—组织—社会的跨层次主体视角来考察城市文化认同在城市文化融入行为倾向之中的影响路径, 探讨组织自尊的中介作用及公共服务满意度的调节效应。研究表明, 城市文化认同与城市文化融入行为倾向呈显著正相关关系, 组织自尊在城市文化认同与城市文化融入行为倾向之间起部分中介作用, 公共服务满意度发挥调节效应。研究结论不仅为城市文化相关领域的研究提供了有价值的理论参考, 也为加快促进知识型新移民的城市文化认同与融入行为倾向提供了有意义的借鉴。

关键词: 知识型新移民; 城市文化认同; 城市文化融入行为倾向; 组织自尊; 公共服务满意度

城市文化认同是被城市群体文化影响的感觉^[1], 是个体或群体面对异于自身存在的事物时, 所产生的保持自我同一性的意向性反应, 常表现在生活在同一空间范围的人群使用相同的文化符号、遵循共同的文化理念、秉承共有的思维模式和行为规范。对于更深层次的城市文化融入行为倾向, 人要不断地进行文化的创造互动实践活动。城市文化认同以受动的状态出现, 城市文化融入行为倾向则以积极状态介入^[2]。有学者以融入条件、意向、迹象来构造城市融入倾向度的综合指数, 指出城市融入倾向可溯源至主体行为^[3]。由此, 我们认为城市文化融入行为倾向超越了一般的心理认同, 而采取积极亲近社会的行为模式, 内在或外在因素的加强或削弱会影响融入行为倾向的程度。

知识型新移民不仅作为独立个体存在, 更是隶属于某个组织。当个人与组织互动时, 会得到积极或消极的评价并触发员工相应行为的产生。以上评价可被归入到组织自尊的范畴, 组织自尊是员工基于组织情景而做出的角色价值、影响力或地位的判断和认知^[4], 该心理资源的加强可能使得知识型员工与城市文化保持同一性, 并在城市文化认同与城市文化融入行为倾向之间起到中介作用。

叶杰(2021)实证表明, 公共服务满意度对政治认同及居民主观幸福感有显著正向影响^[5]。但在以往研究中, 公共服务满意度大多聚焦于指标体系的构架及前因变量探讨, 因此, 本研究将重点探讨公共服务满意度对知识型新移民城市文化融入行为倾向的调节作用。

一、理论基础与研究假设

(一) 城市文化认同与城市文化融入行为倾向的关系

陆淑珍和魏万青在社会融入的研究中将文化认同认为是影响城市外来人口文化融入的最重要因素^[6]。综上, 提出如下假设:

H1: 城市文化认同与城市文化融入行为倾向呈显著正相关关系。

(二) 基于组织自尊的中介作用

知识型新移民特有的高组织自尊特性使他们倾向与组织目标及价值观达成一致, 并积极融入组织生活, 自觉为组织目标做贡献以保持对自身身份重要性的认同感^[7]。在融入组织生活并为其做贡献的过程中, 两者在良性互动与碰撞中形成双向发展。虽有学者在社会心理学领域主张通过组织社会

基金项目: 2021 年国家级大学生创新创业训练计划项目资助“知识型新移民城市文化认同—融入机制研究”(编号: 202110920016), 长江中游矿冶文化与经济社会发展研究中心科研开放基金立项项目“城市历史文化对知识型新移民就业吸引力的影响: 基于文化认同视角”(编号: 2020kyy02)。

作者简介: 1. 郑诗诗, 女, 湖北阳新人, 研究方向: 组织行为与人力资源管理;
2. 邓静欣, 女, 湖北宜昌人, 研究方向: 组织行为与人力资源管理;
3. 汪洪艳, 女, 湖北长阳人, 博士, 研究方向: 组织行为与人力资源管理。

责任、声誉、人际关系、利益分配、奖励机制等方面加强员工的组织自尊,并指出组织自尊能够激发个体深层次的心理认同^[8]。由此,本研究提出假设如下:

H2: 组织自尊在城市文化认同与城市文化融入行为倾向之间起部分中介作用。

(三) 公共服务满意度的调节作用

城市文化融入行为不仅依靠自身,还需要一定的组织资源及社会资本。早期研究大多从客观物质条件出发,关注基础教育、社区住房对公共服务满意度的影响。但由于公共服务满意度是对生活的主观意义与满足程度的一种价值判断^[9],个体间存在认知差异。综上,本文提出如下假设:

H3: 公共服务满意度在知识型新移民城市文化认同影响城市融入行为倾向中起调节作用。

理论假设模型如图1所示。

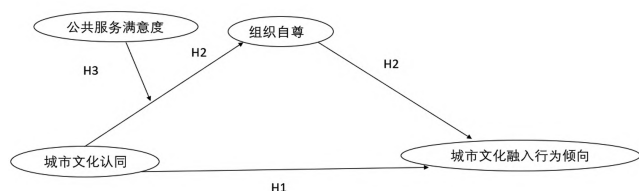


图1 理论研究模型

二、研究对象与研究方法

(一) 研究对象

共发放412份问卷,去掉无效问卷后,有395份问卷构成研究样本,有效性为95.9%。

(二) 研究方法

采用SPSS26.0作为数据整理和分析工具,以城市文化认同为自变量,城市文化融入行为倾向为因变量,组织自尊为中介变量,公共服务满意度为调节变量展开统计分析。

三、数据分析与研究结果

(一) 信效度分析

如表1所示,各变量的Cronbach's Alpha系数均在0.7以上,说明各量表的信度均在可接受水平。各量表的KMO值在0.7以上,Bartlett球形检验结果均显著,累计解释方差大于40%,通过效度检验。

表1 各变量信效度分析结果(N=395)

变量	Cronbach's Alpha 系数	KMO 值	累计解释方差 (%)
城市文化认同	0.743	0.786	51.642
组织自尊	0.750	0.713	57.415
公共服务满意度	0.823	0.862	48.654
城市文化融入行为倾向	0.837	0.884	55.116

(二) 共同方法偏差检验

对收集的数据采用Harman单因素检验,结果显示共有9个特征根大于1的因子,最大因子方差解释率为27.21%,小于40%的临界值,说明本研究共同方法偏差可以忽略不计。

(三) 描述性统计分析

由表2可知,城市文化认同与组织自尊($r=0.488$, $P<0.01$)、公共服务满意度($r=0.508$, $P<0.01$)、城市文化融入行为倾向($r=0.663$, $P<0.01$)均显著正相关;组织自尊与

表2 各变量描述性统计与相关关系矩阵

变量	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 性别	1.46	0.499	1								
2. 年龄	1.75	0.756	-0.221**	1							
3. 学历	1.73	1.269	-0.055	0.250**	1						
4. 地域	2.06	0.904	0.076	-0.124*	0.003	1					
5. 收入	2.25	1.232	-0.164**	0.240**	0.032	-0.257**	1				
6.X	3.8348	0.465	-0.152**	0.224**	-0.099	-0.099	0.128**	1			
7.Y	3.8044	0.72497	0.164**	0.203*	-0.102*	0.292**	0.089**	0.663**	1		
8.M	3.9588	0.60853	-0.141**	0.152**	-0.127*	-0.146**	0.244**	0.488**	0.569**	1	
9.W	4.0047	0.53914	-0.108*	0.104*	-0.140*	-0.240**	0.154**	0.508**	0.697**	0.634**	1

注: X为自变量; Y为因变量; M为中介变量; W为调节变量。*.在0.01*级别(双尾),相关性显著。**.在0.01*级别(双尾),相关性显著。

城市文化融入行为倾向呈显著正相关($r=0.569$, $P<0.01$),公共服务满意度与城市文化融入行为倾向呈显著正相关($r=0.697$, $P<0.01$)。

(四) 主效应检验

进一步验证城市文化认同对城市文化融入行为倾向的影响,将性别、年龄、学历、地域和收入作为控制变量,如表3所示,调整后 $R^2=0.494$ ($F=65.104$, $P<0.001$),影响效应为0.624($P<0.001$),假设H1得以验证。

(五) 城市文化认同与城市文化融入行为倾向的关系: 有调节的中介模型检验

采用SPSS宏程序PROCESS的Model4进行中介效应检验。结果显示,控制性别、年龄、学历、地域、收入后,城市文化认同能够显著预测组织自尊, $a=0.69$, $SE=0.07$, $P<0.001$;城市文化认同与组织自尊同时进入回归方程,城市文化认同能显著预测城市文化融入行为倾向, $c'=0.56$, $SE=0.05$, $P<0.001$,组织自尊能显著预测城市文化融入行

为倾向, $b=0.23$, $SE=0.03$, $P<0.001$ 。偏差校正的百分位 Bootstrap 方法检验表明, 组织自尊在城市文化认同与城市文化融入行为倾向之间的中介作用显著, $ab=0.16$, $SE=0.03$, 95% 的置信区间为 $[0.12, 0.22]$ 。中介效应占总效应的比例 $ab/(ab+c')=22.22\%$, 假设 H2 得到验证。

表3 城市文化认同对城市文化融入行为倾向的影响分析

因变量		城市文化融入行为倾向			
		M1		M2	
		β	t	β	t
控制变量	性别	-0.116 [*]	-2.408	-0.055	-1.466
	年龄	0.192 ^{***}	3.777	0.052	1.298
	学历	-0.154 ^{**}	-3.184	-0.053	-1.416
	地域	-0.269 ^{***}	-5.534	-0.238 ^{***}	-6.379
	收入	-0.04	-0.797	-0.071	-1.857
自变量	城市文化认同			0.624 ^{***}	16.587
	R ²	0.148	0.502		
	调整后 R ²	0.137	0.494		
	F	13.552 ^{***}	65.104 ^{***}		

注: * $p<0.05$; ** $p<0.01$; *** $p<0.001$ 。(双尾检验)

采用 Model7 进行调节作用检验。结果表明, 在控制性别、年龄、学历、地域、收入后, 城市文化认同和公共服务满意度的乘积项对组织自尊的预测显著 ($\beta=0.20$; $P<0.05$)。在低公共服务满意度 ($M-1SD$) 时, 组织自尊的中介效应值为 0.05, $SE=0.02$, 95%CI $[0.01, 0.09]$; 而在高公共服务满意度 ($M+1SD$) 时, 组织自尊的中介效应值升高至 0.11, $SE=0.02$, 95%CI $[0.06, 0.16]$, 因此假设 H3 成立 (见表 4)。

表4 有调节的中介作用

结果变量	回归方程		拟合指数		回归系数显著性		
	预测变量	R ²	F	β	95%CI	t	
组织自尊	性别	0.47	42.47 ^{***}	-0.04	[-0.15, 0.07]	-0.78	
	年龄			0.04	[-0.04, 0.12]	1.02	
	学历			-0.03	[-0.07, 0.02]	-1.14	
	地域			0.03	[-0.03, 0.09]	0.96	
	收入			0.07 ^{**}	[0.03, 0.12]	3.13	
	城市文化认同			0.33 ^{***}	[0.20, 0.47]	4.76	
	公共服务满意度			0.63 ^{***}	[0.52, 0.74]	11.51	
	城市文化认同 × 公共服务满意度			0.20 [*]	[0.01, 0.39]	2.02	
城市文化融入行为倾向	性别	0.57	73.96 ^{***}	-0.04	[-1.12, 0.03]	-1.18	
	年龄			0.03	[-0.02, 0.08]	1.22	
	学历			-0.01	[-0.04, 0.02]	-0.66	
	地域			-0.13 ^{***}	[-0.17, -0.09]	-6.37	
	收入			-0.05 ^{**}	[-0.08, -0.02]	-3.40	
	城市文化认同			0.56 ^{***}	[0.47, 0.65]	12.47	
	组织自尊			0.23 ^{***}	[0.18, 0.29]	7.99	

如图 2 所示, 当公共服务满意度较低时, 城市文化认同对城市文化融入行为倾向存在显著正向预测作用 ($\beta=0.21$, $P<0.05$, 95%CI $[0.05, 0.38]$); 而当公共服务满意度较高时,

城市文化认同对城市文化融入行为倾向的正向预测作用及显著性加强 ($\beta=0.45$, $P<0.001$, 95%CI $[0.26, 0.65]$)。

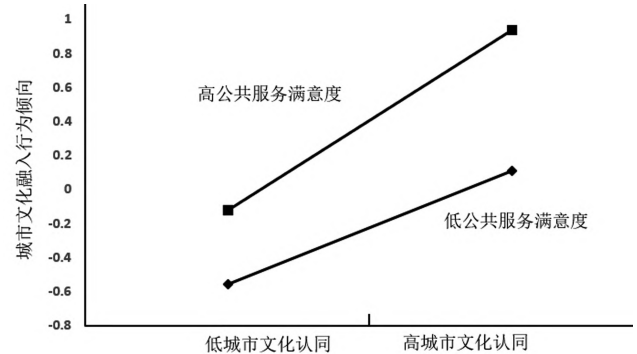


图2 公共服务满意度的调节作用

四、结语

本研究的主要特色在于研究视角与对象的拓展。基于社会心理认知视角及自我一致性理论阐述了城市文化认同通过组织自尊及公共服务满意度促进城市文化融入行为倾向的过程机理, 一方面阐明了城市文化认同“怎样起作用”; 另一方面剖析了“在何种条件下影响更强烈”。

参考文献:

- [1] 郁涛, 蒋琳. 全媒体传播与城市文化认同研究 [J]. 赤峰学院学报 (汉文哲学社会科学版), 2015, 36 (09): 126-128.
- [2] 赵菁, 张胜利, 廖健太. 论文化认同的实质与核心 [J]. 兰州学刊, 2013 (06): 184-189.
- [3] 陆康强. 特大城市外来农民工的生存状态与融入倾向——基于上海抽样调查的观察和分析 [J]. 财经研究, 2010, 36 (05): 65-77.
- [4] Pierce, J.L. Organization-Based Self-Esteem: Construct Definition, Measurement, and Validation [J]. The Academy of Management Journal, 1989, 32 (3): 622-648.
- [5] 叶杰, 李宗开. 公共服务满意度与民众政治认同: 威权服从人格的调节作用 [J]. 中共杭州市委党校学报, 2021 (04): 55-65.
- [6] 陆淑珍, 魏万青. 城市外来人口社会融合的结构方程模型——基于珠三角地区的调查 [J]. 人口与经济, 2011 (05): 17-23.
- [7] 刘蕴. 道德型领导对员工帮助行为的影响机制——基于自我概念的视角 [J]. 经济管理, 2016, 38 (01): 84-93.
- [8] 宝贡敏, 徐碧祥. 基于组织的自尊 (OBSE) 理论研究述评 [J]. 重庆大学学报 (社会科学版), 2006 (05): 40-46.
- [9] 王杨. 公共服务满意度、社会信任与居民幸福感——基于 CGSS2015 数据的实证分析 [J]. 苏州科技大学学报 (社会科学版), 2019, 36 (04): 31-36+107.