

北 广 媒 介 译 丛

组织传播

——平衡创造性和约束

埃里克·M·艾森伯格 (Eric M· Eisenberg)

小H·L·古多尔 (H·L· Goodall, Jr.) / 著

白春生 王秀丽 张 璟 / 译

**Organizational
Communication**

第三版

10

北京广播学院出版社

北广媒介译丛



* T260265 *

组织传播

——平衡创造性和约束

埃里克·M·艾森伯格 (Eric M·Eisenberg)

小H·L·古多尔 (H·L·Goodall.Jr.) / 著

白春生 王秀丽 张璟 / 译

刘利群 / 审校

**Organizational
Communication**

●
第三版



北京广播学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

组织传播——平衡创造性和约束/[美]埃里克·M·艾森伯格,[美]小 H·L 古多尔著;白春生等译。-北京:北京广播学院出版社,2004,1

(北广媒介译丛)

书名原文:Organizational Communication:Balancing Creativity and Constraint

ISBN 7-81085-244-2

I.组… II.①埃…②小…③白… III.组织学:传播学 IV.G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 116353 号

著作权合同登记号 图字:01-2004-1662

Organizational Communication:Balancing Creativity and Constraint

Copyright ©2001 by Bedford/St. Martin's

All rights reserved. This Chinese edition is exclusively published by Beijing Broadcasting Institute Press

ISBN 0-312-20175-3

本书中文版经作者授权由北京广播学院出版社独家出版。未经出版者书面许可,任何人不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

组织传播——平衡创造性和约束

作者:[美]埃里克·M·艾森伯格,[美]小 H·L 古多尔

译者:白春生等

审校:刘利群

责任编辑:蔡开松

封面设计:武晓强

出版发行:北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄东街1号

邮编:100024

电话:010-65738557 65738538

传真:010-65779405

网 址:<http://www.cbbip.com>

经 销:新华书店总店北京发行所

印 刷:北京金华印刷有限公司

开 本:730×988 毫米 1/16

印 张:19.625

版 次:2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-244-2/K·109

定价:38.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

Preface 前 言

这本书的成功是我们两个人感到满足的主要源泉。在传播、教育以及表演和视觉艺术方面的杰出贡献使这本书的第一版获得了1994年教科书和作家协会(Textbook and Authors Association)颁发的“教科书(Texty)”奖。第二版延续了第一版的特色,继续进行自由教育领域关于组织传播研究角色的跨学科讨论。第三版《组织传播——平衡创造性和约束》又对原书内容进行了彻底更新,包括采用了更易理解的写作方式,涵盖了全球组织传播以及最新科技对人类组织传播的影响。我们为此很自豪,因为它是这一领域最畅销的教科书。

我们成功的主要原因是我们从来没有失去我们的目标,那就是帮助学生将他们在学校所学的知识和工作的经历联系起来。基于这一目的,我们强调平衡创造性和约束,一种能够同时考虑到传播的权限和约束的能力。达到这种平衡能够帮助人们实现他们的职业目标和个人目的。人类的中心问题是如何能够个性化和英雄化(强调我们的创造性),但同时仍隶属于一个团体(受到社会和机构的约束)。我们的模型采用工作环境下日常传播实践的视角来看待这一哲学上的重要问题。

自从组织作为有限实体的整个概念——公认的砖和泥——变得过时后,组织传播已经发生了巨大变化。变化的发生主要因为传播技术的改进,这种变化同时也对我们怎样生活具有很大的启示意义。这本新版的教科书正是源于这一基本的现实。

本版新增内容

涵盖了新技术 包括对电子商务、网络技术、计算机网络以及声音和电子邮件对组织传播的影响的讨论,对工作过程、雇员生产力和工作生活的影响的讨论,以

及对电子邮件和其他技术如何改变了会议举行和组织集合的方式的讨论。

更易理解的写作方式 在保持前两版学术写作风格的同时,每一章都被一句句地重新改写,以增加可读性和清晰感;并且每一章都增加了最新的信息和研究,以提高新鲜感。

全球视角 贯穿于整本书,并对文化差异给予了特别的关注。全书都引用了国际和跨国公司的现实案例。

增加了“学习组织传播的实地指导”这部分内容 以回应学生希望对他们的学期论文和项目给予指导这一要求。这部分描述了对组织传播实践进行计划、研究,到最后参与和书写定性叙述的一个循序渐进的过程。

本书概览

第一章 传播和变化万千的工作世界 向学生介绍了在今天的全球化、跨文化、技术、战略和管理发展背景下的组织传播,并讨论了 21 世纪多样化的、有时是虚拟的工作地点如何影响组织和传播的未来。

第二章 定义组织传播 提供了对四种主要组织传播理论的指导,并对我们的平衡创造性和约束的方法进行了改善性的强调,同时显示了我们的方法怎样和为什么比其他竞争模型更现实、更有用。

第三章到第五章涵盖了组织传播的历史方法,完全经过重新写作,并增加了可读性和最新的研究数据。**第三章 组织和传播的三个早期学派** 包含了对科学管理、人际关系和人力资源学派的更均衡的讨论。**第四章 组织和传播的系统观点** 扩展了卡尔·维克(Karl Weick)关于理解模型的早期研究,以及彼得·森治(Peter Senge)等人的学习组织的原则,并为这两种模式中的关键部分提供了更新的应用。**第五章 组织和传播的文化研究** 继续讨论理论的建立与研究的重要转折,并提供了有关组织传播的叙事模式。

第六章 组织和传播的批评学派 和 **第七章 组织和传播的后现代方法** 包括了对组织力量、工作设计、授权、跨文化交流、女权运动、替换组织、电子商务以及全球主义的深入讨论。第七章的一个主要特色就是采用北美的宝马汽车工厂来描述后现代理论如何改变日常组织实践。

第八章 工作经历 以对全球新经济增长最快的部门——自由代理人、外部采办员、企业家和咨询员——的讨论为特征,并同时讨论了许多进入传统行业部门的大学毕业生所面临的社会化过程。

第九章 人际关系与组织传播 和 **第十章 在团队和工作网络中传播** 涵盖了一些关于克服人际传播和电子网络障碍的新内容,也增加、扩展了对跨文化交

流、组织灵魂、性别与传播以及办公室性骚扰的讨论。

第十一章 管理整个企业：战略、人力资源和传播技术 聚焦于竞争战略、形象树立和修补、传播技术以及人力资源在集体构造和指导整个组织过程中的角色。这一章为学生们提供机会，使他们能够从整本教科书中抽取资料并将其学到的理论知识用于实践。

第十二章 组织传播的未来 描述了组织和传播现在所面临的主要挑战，以及在不远的将来即将面临的挑战。我们的讨论以技巧和知识的发展、计算机技术和生物技术如何影响工人和消费者，以及情境规划这一工具在考虑和计划未来中的角色为中心。

附录 学习组织传播的实地指导 是本版新增内容，给学生和老师提供了进行组织传播定性研究的有用的、循序渐进的指导。

致谢

教科书虽然以封皮上所列作者的名义出版，但是，从各方面来说，出版一本教科书都是一个团队的努力。我们特别感谢贝德福德/圣·马丁出版社(Bedford/St·Martin's Press)对新版《组织传播——平衡创造性和约束》的大力支持。我们要特别感谢我们的传播执行编辑帕特丽夏·罗丝(Patricia Rossi)；我们的发展编辑马克·派鲁克(Mark Paluch)；我们的助理编辑杰宁·赛伯德(Jeannine Thibodeau)；负责出版事务的高级编辑道格拉斯·贝尔(Douglas Bell)；以及负责图书设计工作的南希·本杰明(Nancy Benjamin)。所有这些优秀的专业人员的出色贡献使得这本教科书的第三版得以如此令人满意。

我们也要感谢在其他院校工作的、对本书给予评价并对修改本书提出了有洞察力的建议的同事、朋友们：瑞德福特大学(Radford University)的凯瑟琳·贝克(Catherine Becker)；古斯塔夫斯·阿道弗斯学院(Gustavus Adolphus College)的马克·J·布朗(Mark J·Braun)；柏林格林州立大学(Bowling Green State University)的皮格·P·艾德礼(Paige P·Edley)；萨克拉曼多大学(University Sacramento)的杰弗里·格德(Geoffrey Gurd)、北卡罗莱纳 Chapel Hill 分校(University of North Carolina at Chapel Hill)的史蒂夫·梅(Steve May)、圣托马斯大学(University of St·Thomas)的黛布拉·马兹洛夫(Debra Mazloff)；东南路易斯安娜大学(Southeastern Louisiana University)的雅典娜·杜普利(Athena du Pre)、普渡大学 Calumet 分校(Purdue University—Calumet)的威廉·L·罗宾逊(William L·Robinson)、内布拉斯加大学奥马哈分校(University of Nebraska—Omaha)的黛博拉·史密斯·豪厄尔(Deborah Smith Howell)，中佛罗里达大学(University of Central Florida)的凯·菲

利浦·泰勒(K·Philip Taylor), 以及泽维尔大学(Xavier University)的詹尼弗·杰维·廷赫(Jennifer Jervis Tinghe)。

另外,从个人和职业角度来说,我们对许多同事、同学和职员对这本书的支持表示衷心的感谢:北卡罗莱纳大学格林斯博罗分校(University of North Carolina at Greensboro)的皮特·凯勒特(Pete Kellett), 伊丽莎白·J·娜特勒(Elizabeth J·Natalle), 乔伊斯·弗格森(Joyce Ferguson), 克里斯·戴维斯(Cris Davis), 阿曼达·甘(Amanda Gunn), 贾尼斯·史密斯(Janice Smith);南佛罗里达大学(University of South Florida)的贝斯·顾德(Beth Goodier); 南加州大学(University of South California)的帕特丽夏·瑞丽(Patricia Riley); 圣地亚哥州立大学(San Diego State University)的帕特丽夏·盖斯特(Patricia Geist); 德州 A&M 大学(Texas A&M University)的凯瑟琳·米勒(Katherine Miller); the University of Creation Spirituality 的玛丽亚·克里斯蒂娜·宫泽里斯(Maria Cristina Gonzalez); 德宝大学(DePaul University)的亚历山大·孟菲(Alexandra Murphy); Penn State Berks-Lehigh Valley 的卡尔·洛维特(Carl Lovitt); 圣·克拉德州立大学(St·Cloud State University)的布鲁斯·海德(Bruce Hyde)。

最后,如果没有我们的家庭成员的热情和爱心支持,就不会有这一版的问世——洛瑞·鲍斯克(Lori Poscoe), 埃文(Evan)和乔·艾森伯格(Joel Eisenberg), 桑德拉(Sandra)和尼克·古多尔(Nic Goodall), 以及我们的祖父母(特别是 Clarence 和 Martha Bray), 兄弟姐妹和亲密朋友。正如以往,我们也对许多个人表示感谢,尽管我们的时代处于知识、社会、政治、经济和精神的混乱期,但是他们仍然坚持继续对话。

埃里克·M·艾森伯格(Eric M·Eisenberg)
于南佛罗里达大学

小 H·L·古多尔(H·L·Goodall, Jr.)
于格林斯博罗的北卡罗莱纳大学

About the Authors

关于作者

埃里克·M·艾森伯格(Eric M·Eisenberg)最初从他的父亲艾伯·艾森伯格(Abne Eisenberg),这位昆斯学院(Queens College)的传播学教授那里学习了传播学领域的知识。艾伯(Abne)在批改论文和试卷上得到了埃里克(Eric)的帮助,在以后的15年里,埃里克(Eric)尽管走了许多弯路(如学习微生物学、诗歌以及医学预科等),但他最后还是回到了他最初的兴趣点。他以优等生的荣誉从 Rutgers University 获得传播学学士学位,并在一个称为 INTERACT 的媒体市场进行了长达一年的模拟训练,有时候他甚至认为那种模拟训练是一种享受。

当选择研究生院时,艾森伯格(Eisenberg)寻找在传播研究方法领域高质量的训练,以补充他在 Rutgers 所受到的良好的传播学理论教育。密歇根州立大学(Michigan State University)据称是方法论的圣地,所以艾森伯格收拾行装,开着他破旧的黄色福特 Fairlane500 向西部进发。正是在密歇根州立大学,他发现自己最感兴趣的研究有明显的应用性。他师从 Dr·卡珊德拉·布克(Cassandra Book)博士,进行了关于课堂模拟和游戏的有效使用的实验研究,并获得了传播学的硕士学位。布克博士是一名出色的导师和老教师,他1980年鼓励艾森伯格完成第二个教育学的硕士学位。布克也给了他最初的组织研究的体验——他们进行了美国饮食协会(American Dietetic Association)的需求评估和传播网络分析。在密歇根的第一个冬天他扔掉了那辆福特车。

虽在一个与美国财团毫无联系的家庭里长大,但学习“真实世界”组织传播的这种可能性却深深地吸引了艾森伯格。他决心在管理和传播两方面都有所建树,在彼得·芒治(Peter Monge)博士的专业指导下,艾森伯格埋头于管理理论和实践,并发表了关于组织传播网络和上下级之间沟通的文章。1982年,艾森伯格从密歇根州立大学获得了传播学博士学位。他现在的研究范围横跨两个领域。

这个在城市长大的人已经喜欢上了中西部,但是到了该回到东部的时候了。阿特·布敕纳(Art Bochner)博士(他曾偶然在密歇根州立大学度过了一个学期)的原创性的、豪迈的写作风格吸引了艾森伯格,他在费城(Philadelphia)坦帕大学(Temple University)的演讲系找到了他的第一份学术工作。就在那里,他写作了关于战略使用组织内部模糊性的获奖论文,在坦帕大学同事的支持下,他的研究注意力更多的转向组织生活内语言和符号的使用。他通过指导坦帕大学的应用传播学硕士项目,保持了在闹市区的校园教书与商业实践这两者之间的联系。在此期间,他与洛瑞·罗斯科(Lori Roscoe)(他们在密歇根州相遇)结婚,并开始了共同的

生活。

1984年,艾森伯格离开费城,前往南加州大学(the University of South California)传播学院任职。在接下来的10年中,他晋升为终身制副教授,在组织传播和文化方面发表了许多研究成果,并获得了大学学者(University Scholar)和优秀教师(Outstanding Teacher)的称号。他的论文《人为干扰:在组织中凸显》(*Jamming: Transcendence from Organizing*)获得了1990年在组织传播方面美国传播协会的最佳出版物奖。同时,他与帕特里夏·瑞丽(Patricia Riely)博士在许多授权和合约方面密切联系,并将最新的传播实践应用于不同行业的组织实践中(如航空宇宙、医疗保障、电子、工业生产等)。与此同时,埃文(Evan)和乔(Joel)在洛杉矶闹市区的Good Samaritan医院出生。艾森伯格出版了这一时期苦乐参半的诗歌集,并命名为《火与冰:社会研究小说》(*Fire and Ice: Fiction as Social Research*)(A. and S. Banks, ed)。

南加州大学是世界一流大学,但是洛杉矶对于养活一个家庭来说却是一个很困难的地方。1994年,艾森伯格在南佛罗里达大学获得了正教授的职位,实现了他一生的承诺——要居住在离迪斯尼乐园开车很近就能到的地方。艾森伯格之所以去南佛罗里达,主要是因为那里有优秀的教职员工、一个年轻的学院新开设的一个传播学博士项目所具有的朝气,他的老朋友阿特·布敦也吸引着他。很快,他就发现终于找到了自己的“家”——一个远离传统但却极富魅力的系,在那里,经验和哲学比理论和方法更受重视。他有了更多的出版物,包括他的第一本教科书(就是这本),并且进行其他一些前所未有的深入传播和组织变化世界内部的尝试。

到了佛罗里达之后,艾森伯格的咨询工作转向医疗和健康保障行业。他目前正在为《传播学刊》(*Journal of Communication*)写一篇关于传播学在身份认定发展中的角色的文章,这篇文章将在明年扩展为一本书。1996年,艾森伯格被选为南佛罗里达大学传播系的主任,目前仍在其5年任期中。2000年,他的妻子获得了老龄研究(Aging Studies)的博士,其研究重点是医生协助病人自杀的道德问题。艾森伯格一家非常喜欢坦帕海湾地区(Tampa Bay area),他也很高兴能够有机会无论何时何地向他遇到的很特别的人讲授和学习知识。

小H·L古多尔[Harold Lloyd (Bud) Goodall, Jr.]自从1952年在西弗吉尼亚马丁斯伯格(Martinsburg)的Kings Daughters医院出生后,就既是一个组织的研究对象,又是一个学生。成长在一个传统的家庭,在私立和公立的学校和大学受教育,受雇于大大小小的公司,社区活动和教堂资助活动的参与者和志愿者,以及一个出版社的老板和一个顾问公司的合伙人——所有的这些组织经历形成了他研究、写作和进行各种各样的组织生活的方法。

当他在哈特思维利(Huntsville)的阿拉巴马大学作为一名新教员的时候,他开始对研究和写作组织传播感兴趣。作为一名传播学专家,他被要求为科学和工程

企业的“有效传播”制定培训程序,以支持美国航空航天局的“航天飞机”和美国联邦政府的“星球大战”计划。后来,随着他对组织传播的兴趣由培训转为咨询,他的学术兴趣从传统的社会科学转向调查的解释形式,他开始将调查方法应用于不同的高科技公司和政府机构。这些解释性方法包括他秘密跑到组织内去体验生活的直接经验。他多年的研究和写作成果收录在他最初的两本组织人种学著作中,《探询天堂:一个组织文化侦探的自传》(*Casing a Promised Land: The Autobiography of an Organizational Detective as Cultural Ethnographer*)(1989)和《生活在摇摆舞的奥秘中:阅读语境、自我和他人》(*Living in the Rock n Roll Mystery: Reading Context, Self, and Others as Clues*)(1991)。

古多尔(Goodall)在1973从Shepherd学院获得学士学位,1974年从北卡罗莱纳大学Chapel Hill分校(University of North Carolina at Chapel Hill)获得硕士学位,1980年从宾州州立大学(Pennsylvania State University)获得语言传播的博士学位。他曾任教于哈特思维利(Huntsville)的阿拉巴马大学,犹他大学(University of Utah),克莱姆森(Clemson)大学,以及北卡罗莱纳大学格林斯博罗分校。在哈特思维利的阿拉巴马大学,克莱姆森(Clemson)大学,及北卡罗莱纳大学格林斯博罗分校这三个学术教职期间,他将他对组织的理解和学习理论应用于创造新的传播学系和课程设置,这使得想像、使命、价值和课程能够战略的结合在一起,学生也可以有更多收获。另外,他还是一个专门从事转化学校和组织功能使其更好地服务所在社区的咨询公司的合伙人。他在学术领域的工作曾经获得由美国传播协会(American Communication Association)颁发的Gerald M. Phillips奖。

古多尔最初的学术使命就是改变关于组织和传播学教科书的写作方式,以使它们更易于接近,更代表日常生活,更有创造性,也更吸引人。他的人种学著作从学术和非学术的渠道都获得了许多赞誉和奖励,世界各地的200多所学院或大学以它们作为教科书。他还因为出版了一些畅销书而常常成为美国东西海岸畅销杂志和媒体的访问对象。总之,他共有18本教科书、单独或合著的学术专著以及其他畅销书,共发表100多篇期刊文章、书本章节或学术演讲。他的名字列在《当代作者》(*Contemporary Author*)、《美国学者字典》(*Dictionary of American Scholar*)和《国际名人录》(*Who's Who International*)中。

古多尔的夫人是桑德拉·古多尔(Sandra Goodall)。桑德拉·古道尔在犹他州大学获得传播学的高级文凭。她是一个私人组织的顾问,并是一位风水大师,作为平衡和协调人们生活的一个渠道,热情的帮助人们选择工作和家庭地点。他们的儿子尼古拉斯·赛乐·古多尔(Nicolas Saylor Goodall)虽然还小,但是已经开始渴望一种充满摇摆舞、网球和火箭科学的生活。他们的家在格林斯博罗地区,那儿有他们许多的好朋友、同事和邻居。所有的这些人与他们一起分享生活在组织和家庭中的故事,并持续的提醒他们去寻求生活目标和日常挑战的必要平衡。

目 录

Talbe of Contents

- 01 前 言 Preface
01 关于作者 About the Authors

第一部分 接近组织传播

03 第一章 传播和变化万千的工作世界

Communication and the Changing World of Work

- 观点 /3
组织传播:本书纲要 /4
变化万千的工作世界 /5
 问题,而非答案 /6
 世界工作的新发展 /7
 超越空间:全球经济 /7
 跨越时间:竞争和紧急组织 /11
 跨越忠诚:新的社会契约 /13

小结 /16

复习讨论题 /16

18 第二章 定义组织传播

Defining Organizational Communication

- 组织传播的方法 /18
 传播作为信息传递 /18
 传播作为相互影响的过程 /20
 传播作为战略控制 /21
 传播作为创造性和约束的一种平衡 /23
组织作为对话 /25
 对话的基础:自我,他人和语境 /25
 对话和情境中的个人 /29
对话的定义 /32
 对话作为公平交易 /32

2013/3/23

- 对话作为情感交流 /33
- 对话作为真正的会议 /34
- 小结 /36
- 复习讨论问题 /37
- 案例研究 /37
 - 许多人眼中的罗伯特·史密斯 /37
- 作业 /40

第二部分 组织传播的理论

43 第三章 组织和传播的三个早期学派

Three Early Perspectives on Organizations and Communication

- 什么是理论? /43
- 作为历史叙述的组织传播理论:三个P /44
 - 理论是片面的 /44
 - 理论是具有党派性的 /45
 - 理论是有问题的 /46
- 古典管理学派 /46
 - 从帝国到等级 /46
 - 从抵抗到控制 /49
 - 工业革命 /51
 - 科学管理 /52
 - 法龙的古典管理 /53
 - 官僚体制 /53
 - 组织传播的启示 /55
- 人际关系学派 /56
 - 历史和文化背景 /56
 - 什么是人际关系? /57
 - 霍桑研究 /58
 - 对人际关系的反思 /59
 - 超越人际关系 /61
- 人力资源学派 /64
 - 马斯洛的需求等级 /64
 - 麦克格瑞格的Y管理理论 /65
 - 莱科特的支持关系原则 /66

小结 /68

复习讨论题 /70

案例研究 /70

 河岸州立医院 /70

作业 /73

74 第四章 组织和传播的系统观点

The Systems Perspective on Organizations and Communication

系统观点 /75

 历史和文化背景 /75

什么是系统? /79

 环境和开放系统 /80

 相互依赖 /82

 目标 /83

 过程和反馈 /83

 公开性、秩序、偶然性 /84

系统理论对组织传播的吸引力 /85

 玛格丽特·惠特利领导风格的新科学 /85

 彼得·森治的学习组织 /86

 卡尔·维克的意义生成模型 /87

小结 /91

复习讨论题 /93

案例研究 /93

 望远镜 /93

作业 /94

95 第五章 组织和传播的文化研究

Cultural Studies of Organizations and Communication

文化方法 /95

 文化作为符号建筑 /96

历史和文化背景 /97

 促使组织文化兴起的因素 /98

组织文化的五种观点 /105

 比较管理 /105

 企业文化 /106

 组织认同 /107

 组织象征主义 /108

- 批评和后现代观点 /110
- 组织文化的传播学观点 /113
- 小结 /113
- 复习讨论题 /116
- 案例研究 /116
 - 会议文化 /116
- 作业 /116

118 第六章 组织和传播的批评学派

Critical Approaches to Organizations and Communication

- 批评理论 /118
 - 历史和文化背景 /118
 - 批评理论在美国的兴起 /119
 - 权力中心 /120
- 权力和意识形态 /121
 - 文化的隐藏权力:本土假设 /122
 - 意识形态的隐藏权力:制造出来的共识 /123
 - 传播的隐藏权力:神话、比喻和故事 /124
 - 组织传播中的隐藏权力:政治 /126
 - 社会的隐藏权力:霸权 /127
- 权力批评理论 /128
 - 女权主义理论 /128
 - 仇恨工作的叙述 /131
- 人至上还是利润至上 /133
- 批评理论和组织传播研究 /135
- 小结 /136
- 复习讨论题 /137
- 案例研究 I /137
 - 聪明的工程师 /137
- 作业 /138
- 案例研究 II /138
 - 困境中的女性 /138

139 第七章 组织和传播的后现代方法

Postmodern Perspectives on Organizations and Communication

- 什么是后现代理论? /139
- 参观一个后现代组织 /140

- 传播是首位 /141
- 雇员声音和“公司团队” /141
- 跨越差异进行传播 /142
- 全球化和用户化 /143
- 公司形象 /143
- 组织—环境关系 /144
- 后现代转折:来自哪里? /144
 - 后现代性和后现代主义 /145
- 对后现代理论的批评 /149
 - 后现代解构 /149
 - 但是它真的是后现代吗? /152
- 后现代性对创造性和约束的启示 /153
 - 后现代对话 /153
 - 作为后现代意识场所的叙述 /153
 - 将工作看作解释的后现代观点 /154
- 小结 /155
- 复习讨论题 /156
- 案例研究 I /156
 - 设计一个后现代大学(一) /156
- 作业 /156
- 案例研究 II /157
 - 设计一个后现代大学(二) /157
- 作业 /157

第三部分 分析层面

161 第八章 工作经历

The Experience of Work

- 组织内的工作经历 /162
 - 同化:进入组织对话 /163
 - 合作的指标 /166
 - 抵抗指标 /172
 - 工作组织的新方向 /183
- 组织外的工作经历 /185
 - 编外服务工作者新经济 /186

自力更生:发展新技巧 /187

小结 /188

复习与讨论题 /189

案例分析 I /189

发展一套技巧 /189

案例分析 II /190

采访他人的工作经验 /190

191 第九章 人际关系与组织传播

Interpersonal Relationships Organizational Communication

人际关系是成功的关键要素之一 /192

与客户交流 /193

与上级主管交流 /194

与同级交流 /198

与雇员交流 /200

领导风格的新方向 /207

学习领导技巧 /209

领导与组织效率 /209

人际关系中的障碍:跨越界限 /210

文化界限 /210

物理界限 /213

情感界限 /214

小结 /216

复习与讨论题 /217

案例分析 I /217

完全授权计划 /217

作业 /218

案例分析 II /218

大学实习生的性骚扰事件 /218

作业 /219

221 第十章 在团队和工作网络中传播

Communicating in Teams and Networks

团队 /221

什么是团队为基础的组织 /221

团队类型 /222

团队工作的交流层面 /226

- 团队学习 /233
- 放弃团队工作方式? /237
- 关系网 /238
 - 人际网络类型 /238
 - 传播网络 /241
 - 组织间传播网络 /244
 - 网络化的社会 /245
- 团队和网络中的创造性和约束 /246
- 小结 /246
- 复习与讨论题 /247
- 案例分析 I /247
 - 运用团队改善组织传播 /247
- 作业 /248
- 案例分析 II /248
 - 网络化的社区 /248
- 作业 /249
- 250 第十一章 管理整个企业:战略、人力资源和传播技术**
Managing the Total Enterprise: Strategy, Human
Resource, and Communication Technology
- 为企业定位 /250
 - 竞争性战略 /250
 - 商业战略类型 /252
 - 战略和商业生命周期 /254
- 战略调整 /255
 - 独创战略调整的 7s 模型 /255
- 人力资源 /258
 - 才能 /258
- 传播技术 /262
 - 传播技术的类型 /262
 - 传播技术的效果 /263
 - 同步性和媒介丰富性 /266
 - 保密与隐私 /266
 - 媒介化的人际交流 /266
- 小结 /267
- 复习与讨论题 /268