



组织行动的逻辑： 中国情境下的理论与 实证研究

The Logic of Organizational Actions:
Theoretical and Empirical Studies in China

葛建华 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

组织行动的逻辑

——中国情境下的理论与实证研究

葛建华 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行动的逻辑：中国情境下的理论与实证研究/
葛建华著. —北京：经济科学出版社，2018. 4
ISBN 978 - 7 - 5141 - 9282 - 7

I. ①组… II. ①葛… III. ①组织管理学
IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 088567 号

责任编辑：刘 莎
责任校对：杨 海
责任印制：邱 天

组织行动的逻辑

——中国情境下的理论与实证研究

葛建华 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：010 - 88191217 发行部电话：010 - 88191522

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http: //jjkxbs. tmall. com

固安华明印业有限公司印装

710 × 1000 16 开 15.75 印张 280000 字

2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 9282 - 7 定价：58.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话：010 - 88191586)

电子邮箱：dbts@ esp. com. cn)

■ 葛建华，在中国人民大学商学院组织与人力资源系任教。美国北卡罗莱纳大学夏洛特分校组织科学博士。在国内外期刊发表论文数十篇。主要研究领域：组织理论、制度理论、社会网络、经济社会学。



封面设计：王 颖

前 言

组织管理研究因其来源学科多元而理论视角丰富多样、研究方法琳琅满目、分析层次也错综缤纷。这种土壤之上的研究成果层出不穷，从技术到文化，从定性到定量，从微观到宏观，各美其美。但同时，从一个视角来试图贯穿个体、群体、组织与环境各层次的研究工作仍很缺乏。本书就是这样一个尝试。当然，并非说将组织按不同层次和议题分而研究的“解剖”工作就不重要，而是能够整合不同层次来更完整地看待组织的“组装”工作有其独特的价值和意义。

早期的很多经典研究著作大多数是依循这种整合逻辑来展开对组织的整体分析的。基于一个整体框架基础上的分析工作更利于我们把握组织不同层次要素之间的有机关联，从而能够在更完整的意义上去“由整体到局部、由局部到整体”地理解组织。说到底，组织本身就是复杂一体的。很多时候，我们的具体研究工作做多做久了，常常深陷于细枝末节而不能自拔，甚或是剑走偏锋而难以把握和逼近现实中的组织。这时，再去阅读巴纳德、西蒙、马奇等关于组织整体的著作则是非常必要的了。

在本书中，我将文化与制度的视角贯穿始终，分别从个体、群体、组织与环境四个层次探讨契合与认同、文化与符

号、组织与制度、组织与环境等核心议题。在个体层面，个体与组织的文化契合以及个体的组织认同是关注的焦点；在群体层面，文化象征化以及文化社会化的过程则是相互依存；在组织层面，组织正式化控制与非正式组织之间的交互型塑了复杂的组织；在环境层面，我们则需要关注多维制度环境和合法性机制对组织的影响。这本书是对我前一个阶段近十年的学术研究工作的总结、梳理和呈现，虽然能够照顾到各层次不同主题的工作，但也很遗憾不能在更独立更完整的意义上去提出一个组织的整合框架。在后一个十年的工作中，希望时时鞭策自己能在这方面有所突破。

很多人质疑组织与管理理论研究的价值，尤其是考虑组织管理研究对管理实践工作的启发意义之时。2006年，马奇在接受《哈佛商业评论》采访时提到学术知识与经验知识的差别。他说，学者们主要是关注那些型塑管理历史与现实的基本机制，而管理者所积累的经验知识则针对特定时空下的个体经验。学术知识难以解决具体和专门情境下的问题；但在新的涌现出来的、不断变化的环境中，当经理人员们面临未知与不期而至的问题时，这些学术知识恰恰变得重要而有用。说到底，它不提供答案，却提供给我们认识（新）问题的思考框架。我将此作为我开展理论工作的“挡箭牌”，但更重要的是，我也从中更明白了理论的价值——真正应有的价值。

我感谢学习探索之路上遇到的朋友和老师，尤其是在不同的学习阶段给予我关键指导和热心支持的三位良师：王利平、赵伟和周雪光。也感谢一路上的同行者！

目 录

个体篇 契合与认同

第一章 组织认同理论.....	3
第一节 组织认同理论的研究背景.....	3
第二节 组织认同的概念界定.....	5
第三节 组织认同的影响变量和效果.....	8
第四节 组织认同理论的意义与启示	13
第五节 组织认同理论研究展望	15
第二章 契合、认同与员工社会化模型	17
第一节 引言	17
第二节 组织认同：概念与途径	18
第三节 组织社会化：组织与员工视角	21
第四节 契合与认同：组织社会化模型	24
第五节 结论与展望	27
第三章 员工社会化、组织认同与组织公民行为	29
第一节 引言	29
第二节 理论与假设	31

组织行动的逻辑

第三节 研究方法	34
第四节 分析结果	36
第五节 结论与讨论	42
第四章 权威、认同与家族企业代际传承问题	45
第一节 家族企业中的组织认同	45
第二节 家族企业中的领导认同与权威	49
第三节 家族企业代际传承：一个认同—权威脱节问题	54
第四节 结论	55

群体篇 文化与符号

第五章 组织文化的象征化过程研究	61
第一节 研究背景与研究问题	61
第二节 组织文化中的象征与象征化过程	63
第三节 组织身份视角下的象征化过程	68
第四节 组织文化象征化的结果	72
第五节 讨论	74
第六节 未来研究方向	75
第六章 借用象征化手段传播企业文化	76
第一节 海尔	76
第二节 联想	81
第七章 员工社会化视角的组织文化作用机制研究	88
第一节 引言	88
第二节 理论背景与研究假设	90
第三节 方法	97
第四节 结果	99
第五节 讨论	103

组织篇 组织与制度

第八章 组织理论的整合框架研究	109
第一节 基础及背景	109
第二节 组织的内部构成	111
第三节 组织与环境	117
第四节 组织目标及组织管理	121
第九章 企业制度化研究	125
第一节 西方制度化管理的历史与现实	125
第二节 企业发展与制度化研究	130
第三节 制度化研究与科学理性	135
第四节 总结	137
第十章 组织的正式化限度与非正式组织	139
第一节 正式化限度的界定	140
第二节 非正式组织与正式化限度	143
第三节 组织管理中的人本管理	148
第四节 结论	151

环境篇 组织与环境

第十一章 多维环境规制下的组织目标及组织形态演变	155
第一节 引言	155
第二节 理论基础与研究框架	157
第三节 研究方法与设计	160
第四节 案例分析与发现	163

组织行动的逻辑

第五节 讨论与理论启示·····	174
第六节 结论与展望·····	183
第十二章 财富、权力与声望：民营企业家	
行动的制度分析·····	186
第一节 问题的提出·····	186
第二节 理论与假设·····	187
第三节 研究方法·····	192
第四节 数据分析结果·····	194
第五节 讨论与结论·····	198
第十三章 企业家公众形象、媒体呈现与认知合法性·····	200
第一节 问题的提出·····	200
第二节 理论与假设·····	201
第三节 研究方法与程序·····	206
第四节 中国民营企业家公众形象的特征维度·····	206
第五节 企业家形象管理与媒体呈现·····	212
第六节 讨论与结论·····	213
第十四章 合法性视角下的国有企业组织制度变迁·····	216
第一节 国有企业单位体制变迁·····	216
第二节 组织的合法性机制·····	217
第三节 国有企业单位体制的合法性解释·····	219
第四节 国有企业的组织制度变迁·····	222
第五节 制度变迁中的合法性基础·····	224
第六节 结论·····	226
参考文献·····	227
后记·····	242

个体篇

契合与认同

第一章

组织认同理论

组织认同 (organizational identification) 一直以来都是组织理论的一个重要研究问题。其基本内涵是：个人对于自己属于一个组织或者与一个组织命运共享关系的知觉和感受，是一个人用组织成员的身份来定义自己的过程 (Mael & Ashforth, 1992)。

组织认同，是组织现象中的根源性构念，伴随着很多组织行为而发生 (Albert et al., 2000)。一方面，任何一个人、一个组织都需要通过身份特征来定义自身，以此与其他人、其他组织进行区别；另一方面，组织认同是跨层次的概念、框架和工具，它既表达了组织的独特性，又揭示了同一性，是组织理论向前发展和揭示真理的重要手段。

第一节 组织认同理论的研究背景

早在泰勒、巴纳德等学者那里，类似认同的问题就有过研究和阐述。但是，认同这一概念是由富特在 1951 年提出的，他认为个人倾向于把自己划分为某个组织的成员，这种自我分类激发个人按照组织的利益行事。这是我们在已有文献中发现的最早的有关认同的理论阐述。克尔曼的研究进一步表达了认同的心理基础：认同是在特定的关

组织行动的逻辑

系中进行的一种个人的自我定义，个人接受这种关系是因为个人希望与群体建立或者维持一个满意的自我定义关系。

组织认同的概念由马奇和西蒙于 1958 年在组织理论研究框架中明确提出，并分析了影响认同的因素。但在接下来的 20 年中仅有有限的相关研究问世。自 20 世纪 70 年代起，有关组织身份特征和组织认同的理论开始重新兴起，但一些学者在进行重新定义概念时，把认同看作是组织承诺的一个要素，一度出现了把组织认同与组织承诺作为同义构念的状况。组织认同这一概念和组织承诺、组织内化的混用，以及组织认同与其前因和后因相关的情感和行为的混乱，造成了这一概念的停滞（Ashforth & Mael, 1989）。在 20 世纪 80 年代后期，组织行为、社会心理学和沟通领域的研究者开始把组织认同作为一个独特的构念，展开大量的理论和实证研究，应用组织认同来发展相关理论。后续学者的深入研究，把组织认同理论的发展带入了一个新的时代。

研究组织认同必须严格界定概念。其概念应该来源于认同的传统定义和社会认同理论（Mael & Tetrick, 1992）。在社会认同理论体系中，认为人们趋向于把自己和他人进行各种社会分类，比如把自己看成是各类组织的成员、按性别分类、按种族分类等等。这种社会分类，使一个人能够在一定社会背景下为自己定位和定义，形成了一个人独特的身份特征（如身体特征、能力、心理特点、兴趣等）和社会身份特征。对这种社会身份特征的认同，也就是与其所在群体产生一致性的这种感觉。这种社会认同部分的回答了“我是谁？”这个问题。

从社会认同到个人产生认同，经过的首先是个人确定身份，尤其是社会身份特征，然后由这种身份特征与其所在的群体的身份特征相比较，产生了一致性的感觉，这种感觉就是我们研究的主题“认同”。而组织认同则是社会认同的一种具体表现形式（Ashforth & Mael, 1989）。从这个逻辑出发，组织认同理论就有了一个基本的假

设：必须基于个人身份特征和组织身份特征的一致性，组织认同才能产生。

第二节 组织认同的概念界定

一、组织身份特征 (organizational identity) 与组织认同

有关的研究多数都把组织身份特征的本质看成是一种“组织是什么”的观点，将其定义为组织成员认为组织具有的重要的、持久的和独特的特征。它是一种组织成员对组织的识别或者认知模式 (Elsbach & Kramer, 1996)，形成了一个成员共有的关于组织身份的认识。对于一个组织，了解它的身份特征是要了解它的本质，是要回答“作为一个组织我是谁”的问题，通过身份特征来试图发现和定义组织的意义。只有了解到组织最基本的某些特征，才能期望去了解组织是如何与其他组织进行联系的。

组织身份是一个复杂的概念，对它的定义也非常之多。但其核心就是“组织是什么”的问题，20 世纪研究者对身份的理解同公元前 15 世纪的理解是没有本质差别的。相对于组织身份特征，组织认同要回答的则是“在和组织联系起来的时候我是谁”。组织身份特征为组织成员提供了认知和情感的基础，在此之上一个成员对组织的认同得以建立 (Hatch & Schultz, 2002)。当组织成员感知到他的个人概念 (个人身份特征) 的某些方面与组织身份特征具有重合性时，就产生了认同的感觉 (Dukerich, Golden & Shortell, 2002)。所以，组织认同是个人定义和组织定义的认知桥梁 (Dutton, Dukerich & Harquail, 1994)，也是组织成员的个人身份特征与个人形成的关于感知到的组织形象的重合 (Scott & Lane, 2000)。

从上述理解中可以得到组织认同的基本定义，组织认同是一种对组织产生的归属感或者共同感，是组织成员认为的自己的特征与组织特征相一致的程度，它产生于组织在心理上被接受并作为个人的一部分时。依据基本的概念，组织身份特征是组织认同产生的基础，而组织认同是对组织身份特征在个人概念和个人身份上得以强化的一个过程。随着认同程度的提高，组织身份特征与个人身份特征重叠的部分会越来越大，组织身份特征会产生内化的过程。组织身份特征和组织认同在组织现象中是根源性的构念，作为渊源为很多组织行为提供了基本含义。因为每个人、群体和组织都需要一个本身存在的意义，在与其他人交往时也要确定自身的定义和对方的定义。身份特征和认同也是在组织理论中进行跨层次分析的工具，在多个不同层次的变量中传递同一性和区别性，同时在身份的内容和认同过程中都体现出模糊、重复和动态性。

二、组织认同概念的特点

组织认同是关于认知的过程，是一种认知结构，不一定和特定的行为联系起来，也不一定要和组织目标相联系。但通过这种认知过程，组织的目标和个人的目标增加了一致性和适合性，而且，组织认同过程往往也会促使情感和行为发生反应，这种反应与组织内的规范和组织风格具有一致性。

组织认同是一种心理认同，也是心理依赖的一种表现形式，当成员将组织特征的定义应用于他们自己的定义时，这种心理现象就会发生。个人趋向于把自己和所属的群体、组织看成是交织在一起的，优点和缺点、成功和失败都是共同分享的，是命运的共同体（Mael & Tetrick, 1992）。这种认知状态指的是对某个组织的心理认同，并且附着着价值观和情感意义（Smidts, Pruyn & Van Riel, 2001）。

组织认同是可以衡量的，同时也是变动的，是程度性变量。组织